

Propuesta metodológica para el estudio del uso ético de la información en las aulas de secundaria desde el enfoque de la alfabetización mediática  
*Methodological Proposal for the Study of the Ethical Use of Information in Secondary School Classrooms from a Media Literacy Approach*

**Elsa Alfaro Gallardo.** Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

Profesora de Filosofía. Graduada en Filosofía. Máster Universitario de Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas. Investigadora en desinformación y alfabetización mediática. Áreas de conocimiento: aplicaciones educativas de la filosofía, educomunicación, periodismo y ética. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1648-3029>

**Montserrat Jurado Martín.** Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

Profesora Titular de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Experta en teoría de la comunicación, desinformación, alfabetización mediática, periodismo cultural, festivales de cine e industrias culturales. Miembro del Grupo de Investigación MAPCOM 3 y del Grupos de Investigación de la Comunidad Valenciana GICOV. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0918-2328>

Artículo recibido: 08/11/2024 – Aceptado: 21/04/2025

**Resumen:**

La alfabetización mediática es el conjunto de competencias y conocimientos que son esenciales para que las personas puedan acceder, entender, evaluar y utilizar de manera crítica la información y los medios de comunicación. Se trata de una herramienta poderosa para combatir la desinformación, pues las personas alfabetizadas mediáticamente son más capaces de identificar la desinformación y evitar que esta afecte a sus decisiones. Los objetivos de este trabajo pasan por conocer la problemática actual sobre la desinformación y la deontología periodística y conocer las propuestas de alfabetización mediática que se están llevando a cabo en centro de enseñanza secundaria españoles. A tal fin se ha empleado el análisis de contenido de ocho programas de alfabetización mediática. Los primeros resultados apuntan a que hay carencias en el terreno de la alfabetización mediática, aplicándose esta de forma desigual en las distintas comunidades autónomas.

**Palabras clave:**

Alfabetización Mediática; Desinformación; Deontología Periodística; Pensamiento Crítico; Medios de Comunicación

**Abstract:**

*Media literacy is the set of skills and knowledge that are essential for people to be able to access, understand, evaluate and critically use information and the media. It is a powerful tool for combating misinformation, as media literate people are better able to identify misinformation and prevent it from affecting their decisions. The objectives of this work are to find out about the current problem of disinformation and journalistic ethics, to find out about the media literacy proposals that are being carried out in Spanish secondary. The first results show that there are shortcomings in the field of media literacy, which is unevenly applied in the different Autonomous Communities.*

**Keywords:**

*Media Literacy; Disinformation; Journalistic Deontology; Critical Thinking; Critical Thinking; Media*

## 1. Introducción

El mundo se encuentra inmerso en un proceso de cambios sin precedentes debido al auge de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Según Olmo (2019, p. 3) se producen más noticias que nunca y se difunden a mayor escala, mundial o local, pero ello no se traduce en conocimiento, más bien en desinformación y dificulta la creación de la sociedad del conocimiento. El aumento en el flujo de datos no deviene en mejor información, su causa es la sustitución de la calidad por cantidad. Así se está socavando un derecho fundamental recogido en la Declaración de Derechos Humanos y en la Constitución Española: el derecho a la información (García, 2015).

El uso masivo de Internet ha permitido la creación y expansión de redes potencialmente informativas. Frente a la verticalidad y la unidireccionalidad del antiguo modelo comunicativo, hemos pasado a la horizontalidad y la multidireccionalidad actual, en la que es más complejo establecer filtros, puesto que todo el mundo puede compartir información sesgada y poco veraz (Sentí, 2022). Los algoritmos de Internet nos muestran la información que creen que nos va a gustar, basándose en nuestros datos. Esto puede crear burbujas de filtro, donde solo vemos información que confirma nuestras ideas y opiniones. Las consecuencias son, por un lado, el aislamiento informativo y la manipulación, lo que dificulta la comprensión de otras perspectivas, lo que puede llevar a la polarización y al extremismo (ALA, 2020).

Este nuevo paradigma informacional hace que las opiniones fluyan como nunca antes y el consumo de datos en plataformas y redes sociales crece sin restricciones. Este flujo de información sin filtros constituye un reto para la construcción del modelo de sociedad del conocimiento que es nuestra actual era digital (Morales, 2018).

El gran riesgo es la capacidad de predicción del comportamiento de las personas y en el uso pernicioso de esta información, en el caso que nos ocupa, el peligro reside en la capacidad de influir sobre la opinión de las personas (García, 2015).

Todo esto nos trae un nuevo problema: si toda información necesita ser procesada por los usuarios para integrarla en su marco mental y que pueda devenir en conocimiento real, el aumento en la cantidad de información que reciben los ciudadanos puede dificultar este proceso (Grizzle y UNESCO, 2023).

En este sentido,—la alfabetización mediática es el conjunto de competencias y conocimientos que son esenciales para que las personas puedan acceder, entender, evaluar y utilizar de manera crítica la información y los medios de comunicación. Los objetivos de este trabajo pasan por conocer la problemática actual sobre la desinformación y la deontología periodística, conocer las propuestas de alfabetización mediática que se están llevando a cabo en institutos españoles, y proponer, en base a lo revisado, una actividad para secundaria encaminada a desarrollar el pensamiento crítico y promover una mejor formación en alfabetización mediática e informacional.

## **2. Marco teórico**

La credibilidad del periodismo es fundamental para la salud de la democracia en la era digital. La formación en comunicación y la alfabetización crítica en los medios son herramientas esenciales para combatir la desinformación y construir una opinión pública informada (Ballesteros-Aguayo et al., 2022).

Parece que el objetivo inicial del tráfico masivo de datos no se está consiguiendo, y de la Sociedad del Conocimiento estamos pasando a la sociedad de la desinformación. Este nuevo paradigma supone una gran amenaza para nuestras sociedades y daña considerablemente la salud de las democracias occidentales. Se define la desinformación como toda forma de información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y proporcionada para causar intencionadamente un daño público o con fines lucrativos (Unión Europea, 2018). Gran parte del conocimiento compartido en Internet no es conocimiento verdadero, pues no es veraz, preciso, actualizado, neutral ni comprensible.

Como señala Sentí (2021), el modelo horizontal comunicativo ha propiciado una proliferación de la oferta informativa, fenómeno que ha sido acelerado de forma significativa por las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente las redes sociales. Este cambio de paradigma ha tenido un impacto tan profundo que ha dado lugar a la acuñación de nuevos términos como posverdad, infocracia, emocracia, infoxicación, mediocracia e infodemia, entre muchos otros.

Podría parecer que los ciudadanos de hoy dominan los medios digitales y deberían por ello ser capaces de discernir entre información y desinformación. Al contrario, con el avance tecnológico avanzan las posibilidades de tergiversar la verdad, algo más difícil de identificar que la mentira en sí (García-Marín y Salvat-Martinrey, 2021). Gracias a

este desdibujamiento de los límites entre lo que es verdadero y lo que no lo es, surge un nuevo discurso, amparado por un tipo de personas que no sienten vergüenza a la hora de manipular argumentos en su favor, en palabras de Harry Frankfurt (2006), estamos hablando de charlatanería o *bullshit*. No se trata de mentir, pues el mentiroso es fácilmente descubierto, se trata de no reconocer los hechos objetivamente.

Así surge un nuevo modelo comunicativo que apela al sentimiento particular, falto de objetividad. Se trata de la posverdad, lo que Olmo (2019) denomina mentira emotiva, se trata de una manipulación de la realidad con el objetivo de influir en la sociedad.

En este contexto la información es susceptible de ser manipulada, ya que se da importancia a los sentimientos por encima de los hechos objetivos. Esto es algo que siempre ha ocurrido, por ejemplo, en campañas políticas y conflictos bélicos, pero ahora se le ha dado un nombre y con ello se ha incorporado con más fuerza al imaginario colectivo (Morales, 2018). Y es que es un objetivo común de quienes desean que la opinión pública esté desinformada la búsqueda del propio beneficio, con lo que se produce un abuso de poder (Rodríguez, 2018).

Ahora los datos pueden ser manipulados en favor de lo que uno quiere creer. Cada día surgen nuevos grupos de opinión tratando de defender que su perspectiva de la realidad ha de ser escuchada pese a que los hechos lo contradigan. Todo esto contribuye al crecimiento exponencial de la desinformación, lo que supone una gran amenaza para las sociedades democráticas (McIntyre, 2018).

Un ejemplo de esta tendencia lo encontramos en la situación informativa que se vivió durante la pandemia de Covid-19, momento en el que la ciudadanía recibió gran cantidad de información, pero el sentimiento colectivo era de no comprender bien lo que estaba pasando. Una causa de ello fue la circulación desmedida de contenidos no verificados y el uso excesivo de las redes sociales (Grizzle y UNESCO, 2023). De esta manera “se ha erosionado la confianza en las instituciones, donde la globalización ha generado incertidumbres y donde lo digital y las redes sociales han contribuido a reforzar un relativismo pernicioso que se ha ido extendiendo disfrazado de legítimo escepticismo” (Olmo, 2019, p. 2).

Lejos de ser desplazado por la convergencia digital multimedia, el periodismo en la era digital debe sustentarse sobre dos pilares: la formación y la ética. La primera, garante de la competencia profesional en el manejo de las nuevas tecnologías, debe ser profunda y actualizada. Las facultades de Ciencias de la Información, en estrecha colaboración con las asociaciones de periodistas, tienen la responsabilidad de brindar una formación integral que responda a las exigencias del presente. La ética, por su parte, debe guiar al periodista en la búsqueda de la verdad (Núñez, 2011).

Los ciudadanos, convertidos en activos generadores de información, exigen un periodismo dinámico y multifacético. La presencia física del periodista en el terreno, la constatación directa de la realidad y la investigación profunda son elementos esenciales para un periodismo de calidad.

De su capacidad para reinventarse y adaptarse dependerá el futuro de la democracia y la libertad de expresión (Núñez, 2011). Para este propósito hay varias herramientas: la honestidad, la no manipulación, contrastar de fuentes, la adecuada formación y la independencia. Cualquier periodista que se precie estará de acuerdo en que hay un límite que no se ha de sobrepasar, el de la mentira (Maciá y Herrera, 2010). La mentira es fácilmente identificable, pero la charlatanería y la posverdad no pueden ser comprobadas, como afirma Frankfurt (2006) el problema reside en que el charlatán no tiene ningún respeto por la verdad.

Otro de los grandes problemas del periodismo es la confusión entre profesionales y empresarios de la información. Núñez (2010) define un nuevo escenario para el periodismo en el que convergen prensa, audiovisual, telecomunicaciones e internet, define el escenario actual del periodismo. En esta situación no ha de olvidarse el derecho fundamental de los ciudadanos a recibir información plural y veraz sobre cualquier tema de interés general.

En este contexto, la convivencia entre periodistas y empresas informativas es crucial (Núñez, 2011). La calidad y la ética profesional son claves para garantizar el derecho a la información veraz, algo que Internet por sí solo no puede garantizar (Suárez y Cruz, 2013). Como afirma Hernández (2020), solo los profesionales con formación y ética pueden filtrar, contrastar y elaborar la información, brindando a los ciudadanos la información fiable que necesitan.

El público sigue delegando en el periodista como garante de la información de calidad y esto no ha cambiado con el aumento del flujo de datos. Y es precisamente esta situación la que obliga al periodismo a ceñirse a su compromiso profesional y social con la información de calidad, porque de no ser así se está socavando el derecho de la ciudadanía a una información de calidad. Esto es lo que diferencia al periodista, el trabajo en aras del interés general (Rodríguez, 2018).

En la era digital, la ética es un requisito transversal, permanente y universal para cualquier medio informativo. La deontología del periodismo es una ética pública, con responsabilidad ante los ciudadanos y no solo ante la conciencia individual del periodista. Para ser eficaz, la deontología debe plasmarse en códigos deontológicos. Estos códigos deben tener una serie de características: voluntariedad, pues la ética no se impone, se adopta libremente; deben ser aplicados por comisiones independientes; transparencia, las resoluciones de las comisiones deben ser públicas (Cortina, 2004).

El Código Europeo de Deontología del Periodismo del Consejo de Europa es la base de la deontología del periodismo. Este código busca un equilibrio entre, por una parte, la libertad de información de los emisores, y por otra, el derecho de los receptores a una información adecuada. La ética es la base de una sociedad libre y democrática, y el periodismo es un pilar fundamental de la democracia (Núñez, 2011).

La ética deontológica en el periodismo, como ética pública, no puede ser impuesta, pero es necesaria. Por ello se debe buscar un modelo que, sin dejar de respetar la libertad individual, la desplace en favor del bien común. Y en esta tarea el papel de los tribunales de justicia es innecesario e indeseable, dado que el exceso de regulación no

conviene en una profesión que se quiere libre. La ética informativa ha de surgir de un *ethos* en el sentido de un buen carácter basado en una buena formación y en el trabajo en favor del bien común (Cortina, 2004).

Ante la problemática que supone la imposición de la ética periodística, el arma más eficaz que tenemos contra la desinformación es la alfabetización mediática. Hace dos décadas, Buckingham (2005) definía la alfabetización mediática como el conocimiento, las habilidades y las competencias de las que una persona debe disponer para interpretar los medios de comunicación. Es evidente la importancia de que la ciudadanía estuviera formada en pensamiento crítico y que además tuviera un conocimiento técnico adecuado a las nuevas tecnologías que se desarrollaban (Sánchez Sobradillo, 2023).

Más allá de la simple capacidad de usar las herramientas tecnológicas, la busca desarrollar habilidades críticas que permitan a las personas acceder a información veraz y confiable, analizar críticamente los mensajes y contenidos mediáticos, identificar sesgos y manipulaciones en la información, comprender el impacto de los medios de comunicación en la sociedad y producir y compartir información de manera responsable (Agnoletti et al., 2021).

La alfabetización mediática no se limita a un curso o taller puntual, sino que debe ser un proceso continuo que se adapte a las nuevas formas de comunicación y a las necesidades cambiantes de la sociedad. Los beneficios que puede aportar la alfabetización mediática a la sociedad son múltiples, uno de ellos es el empoderamiento ciudadano que permitirá a las personas tomar decisiones y participar activamente en la sociedad. También favorece el desarrollo del pensamiento crítico al promover el análisis reflexivo y la capacidad de discernir entre información veraz y falsa. Ayuda a fortalecer la cultura democrática mediante la mayor participación en la vida pública y en la toma de decisiones colectivas. Por último, aumenta la responsabilidad digital de la ciudadanía, mediante el uso ético de las TIC y la creación de contenidos de calidad (Herrero y La Rosa, 2022).

Por todo esto la alfabetización mediática es una tarea que debe ser compartida por toda la sociedad. Las instituciones educativas deben implementar programas en la educación formal desde edades tempranas. Las instituciones públicas han de promover iniciativas formativas para la población en general. Los medios de comunicación deben ofrecer información veraz, responsable y contrastada. La sociedad civil tiene la responsabilidad de fomentar la participación activa en la creación y difusión de información veraz. En definitiva, la Alfabetización Mediática es una herramienta fundamental para construir una sociedad informada, crítica y responsable en la era digital (Marzal-Felici, 2022).

### **3. Metodología**

Agnoletti *et al.* (2021) considera que los ciudadanos alfabetizados mediáticamente acceden más fácilmente a información veraz y confiable, son más críticos con los mensajes y contenidos mediáticos. Con este punto de partida se analiza el tratamiento ético de la información desde el prisma de alfabetización mediática. Se propone como objetivo conocer las propuestas de alfabetización mediática que se están llevando a cabo en centros en los que se imparte Educación Secundaria Obligatoria en España.

El tratamiento metodológico para el estudio de proyectos puede encararse a partir de diferentes métodos: estudio de caso, análisis cualitativo mediante entrevistas o cuestionarios a expertos, grupos de discusión, análisis comparativos, métodos mixtos, entre otros. En este caso, pretendemos aplicar un método prescriptivo mediante el análisis de contenido y a tal fin se ha procedido a la aplicación de una rúbrica propia con el objeto de que sea compartida con la comunidad científica y puesta a prueba tanto aquí como por investigadores posteriores. Por lo tanto, en este caso, se realiza una revisión descriptiva mediante análisis de contenido y el estudio de casos, en concreto, de ocho programas de alfabetización mediática. Se ha escogido el análisis de contenido por ser una técnica de investigación que permite interpretar textos, imágenes y otros tipos de datos. Se diferencia de la lectura común por ser sistemática, objetiva, replicable y válida. Esta técnica permite descubrir dos niveles de significado: manifiesto (el significado evidente y directo del texto) y latente (el significado oculto o subyacente). El contexto juega un papel fundamental en la interpretación del contenido. El análisis debe considerar el marco de referencia en el que se produce el mensaje para comprender su significado completo (Dauster y Carter, 1960).

Se ha realizado una búsqueda en las páginas web de cada una de las comunidades autónomas con las palabras ‘alfabetización mediática’ y ‘AMI’, filtrando los resultados por fechas desde 2022 hasta la actualidad. La muestra se recopiló de las plataformas digitales de las Consejerías de Educación para el curso 2022-2023, se buscaron las palabras AMI y Alfabetización Mediática. La LOMLOE establece que el alumnado, al finalizar la educación secundaria, debe dominar las ocho competencias clave, vinculadas con los grandes desafíos del siglo XXI (Jefatura del Estado, 2021).

Para evaluar las propuestas seleccionadas se elaboró una rúbrica de evaluación para medir las competencias trabajadas, los objetivos, la metodología, los recursos empleados y la evaluación (ver tabla 1). Si trabaja las competencias clave, establecidas en la LOMLOE y relacionadas con la alfabetización mediática, es decir, la competencia en conciencia y expresión culturales, la competencia digital y la competencia ciudadana (Jefatura de Estado, 2021), tendrá tres puntos, si trabaja dos, dos puntos, si trabaja una, un punto, si no trabaja ninguna, cero puntos.

En cuanto a los objetivos, para alcanzar la máxima puntuación, deben ser claros, específicos, medibles, alcanzables y relevantes para la alfabetización mediática. Una de las bases de la LOMLOE es la promoción del aprendizaje significativo, un aprendizaje que permita al alumnado relacionar competencias entre sí aplicarlas a otros ámbitos y a su vida cotidiana (Jefatura de Estado, 2021), por ello es especialmente relevante el diseño de los objetivos del aprendizaje.

Las metodologías activas también son un pilar de la LOMLOE, se trata de una combinación de teoría y práctica, que fomente una participación activa del alumnado, al mismo tiempo que desarrolla las competencias clave (Jefatura de Estado, 2021). Si se dan estas tres circunstancias, el proyecto será calificado con la máxima puntuación, si se cumplen una o dos, recibirá dos puntos, si no se da ninguna, un punto, y si la metodología no está bien definida no recibirá ningún punto.

En cuanto a los recursos utilizados, la máxima puntuación corresponderá a los proyectos que se valgan de materiales y recursos variados y adecuados a las competencias que se pretenden desarrollar. Si son adecuados, pero no se aprovechan debidamente, obtendrán dos puntos, un punto si son escasos e inadecuados, cero puntos si no hay recursos o no se definen.

Todo proyecto educativo ha de poder ser evaluable para poder medir el impacto sobre el aprendizaje y el desarrollo del alumnado, así se podrá considerar si se debe mejorar y si es adecuado para el público objetivo al que se enfoca. Si el proyecto incluye un sistema de evaluación claro y riguroso y permite medir el aprendizaje sumará tres puntos, si incumple alguno de estos tres requisitos perderá un punto, si el sistema de evaluación es claro e incompleto únicamente sumará un punto, y si no tiene un sistema de evaluación no sumará puntos.

**Tabla 1**

*Rúbrica de evaluación de propuestas AMI*

| <b>Criterio</b>                | <b>Excelente (3 puntos)</b>  | <b>Bueno (2 puntos)</b>   | <b>Regular (1 punto)</b>  | <b>Insuficiente (0 puntos)</b>  |
|--------------------------------|--|---|---|---|
| <b>Competencias trabajadas</b> | Identifica y trabaja de manera integral las tres competencias clave relevantes para la alfabetización mediática.   | Identifica y trabaja dos competencias clave relevantes para la alfabetización mediática   | Se limita a trabajar una competencia clave relevante para la alfabetización mediática   | No se identifican competencias claras de alfabetización mediática   |
| <b>Objetivos</b>               | Plantea objetivos claros, específicos, medibles, alcanzables y relevantes para la alfabetización mediática   | Plantea objetivos claros y algunos específicos, pero no todos son medibles, alcanzables o relevantes para la alfabetización mediática                                     | Plantea objetivos poco claros o incompletos, sin especificar cómo se medirán o si son relevantes para la alfabetización mediática                 | No se plantean objetivos claros o estos no guardan relación con la alfabetización mediática                   |
| <b>Metodología</b>             | Describe una metodología variada y atractiva que combina teoría y práctica, fomentando la participación activa del alumnado y el desarrollo de las competencias propuestas | Describe una metodología que incluye algunos elementos variados y atractivos, pero no todos fomentan la participación activa o el desarrollo integral de las competencias | Describe una metodología poco variada o poco atractiva, con escasa participación activa del alumnado o un desarrollo limitado de las competencias | La metodología no está bien definida o no se describe con claridad  |
| <b>Recursos</b>                | Utiliza una amplia gama de recursos didácticos adecuados a las competencias que se trabajan y a las características del alumnado   | Utiliza algunos recursos didácticos adecuados, pero no todos son variados o no se aprovechan al máximo  | Utiliza pocos recursos didácticos o estos no son adecuados para las competencias que se trabajan o las características del alumnado               | No se utilizan recursos didácticos o estos no están bien definidos.   |
| <b>Evaluación</b>              | Plantea un sistema de evaluación claro y riguroso que permite medir el aprendizaje del alumnado y el impacto del proyecto  | Plantea un sistema de evaluación que incluye algunos elementos claros, pero no todos son rigurosos o no permiten medir el impacto del proyecto                            | Plantea un sistema de evaluación poco claro o incompleto, sin especificar cómo se medirá el aprendizaje o el impacto del proyecto                 | No se plantea un sistema de evaluación claro o este no permite medir el aprendizaje o el impacto del proyecto |

## 4. Resultados

Los proyectos de alfabetización mediática puestos en el curso 2022-2023 en aulas de secundaria y que aparecen en las webs de las consejerías de educación de las Comunidades Autónomas son los siguientes: CIMA, Desenreda, AulaCheck, Informados, Navega, Crea y Evalúa, ERASER, Mentas AMI y #NODESINFORMACIÓN.

### 4.1. Proyectos de alfabetización autonómicos

De las ocho propuestas localizadas, sólo se mencionan en este capítulo aquellas que describen su contenido y van más allá de la mera mención de su existencia. Una de las más completa es el programa CIMA, en Andalucía, que trabaja las siguientes competencias: cultura, alfabetización mediática e informacional, digital y pensamiento crítico. Tiene como objetivos la mejora de la comunicación plurilingüe, la formación en alfabetización mediática, el desarrollo de la competencia digital y el uso crítico de las TIC. También estimula el interés por la cultura audiovisual, fomentando la creatividad, el pensamiento crítico y el trabajo en equipo. Las líneas de actuación de este programa son las siguientes: alfabetización mediática y audiovisual, desarrollar destrezas en oralidad y debate, trabajar el arte dramático dentro del aula, aprender a leer y escribir de un modo funcional y creativo<sup>1</sup>. Aplicando la rúbrica se le han asignado 15 puntos.

También en Andalucía existe el proyecto Desenreda. En este caso se trabajan competencias en alfabetización mediática e informacional. Entre sus objetivos se encuentra dotar al alumnado de herramientas encaminadas a comprender el mundo en el que habitan, profundizando los problemas globales del desarrollo, analizando la realidad desde una perspectiva crítica, huyendo de los estereotipos dominantes mediante el uso, tanto de los medios de comunicación tradicionales, como de las redes sociales. Este proyecto se desarrolla en dos talleres que aúnan teoría y práctica, se trata de una combinación de la exposición de contenidos con el visionado de vídeos y realización de actividades prácticas. En el taller teórico se proporcionará al alumnado una guía de elaboración de contenidos periodísticos<sup>2</sup>. Se le han asignado 10 puntos.

En Aragón se está desarrollando el proyecto AulaCheck. Las competencias trabajadas en este caso se limitan a la alfabetización mediática e informacional. Sus objetivos son el aumento de la cultura científica, animando a los estudiantes a acercarse tanto a la investigación como a la divulgación científica. También busca dotar al alumnado de herramientas y metodologías para analizar objetivamente la información que consumen en las redes sociales, analizando la forma en que los adolescentes se enfrentan a fake news y bulos con los que se encuentran en diversos medios. Este proyecto se desarrolla en un taller de comunicación científica en el que el alumnado de 3º, 4º de ESO y 1º de Bachillerato comparten noticias cercanas, desmontan bulos sobre ciencia y crean de

---

1 <https://www.juntadeandalucia.es/educacion/eaprendizaje/cima>

2 <https://blogsaverroes.juntadeandalucia.es/programascl>

forma colaborativa un periódico online de contenido científico y con alcance nacional<sup>3</sup>. Se le han asignado 6 puntos.

En Castilla León analizamos el proyecto inFormados, que desarrolla competencias de alfabetización mediática y pensamiento crítico. Entre sus objetivos se encuentra la formación de una ciudadanía crítica, que cuente con las habilidades necesarias para analizar los contenidos de los medios de comunicación, ya sean tradicionales o digitales, dotando al alumnado de herramientas que les permitan verificar datos y rechazar contenido desinformativo. Esto ayudará a los estudiantes a participar activamente en la sociedad, fundamentando sus propias opiniones y consolidando una personalidad crítica y reflexiva. En cuanto su puesta en práctica, una serie de periodistas ofrecerán al alumnado las herramientas necesarias para comprender el mundo actual, profundizando en los problemas globales del desarrollo, analizando la realidad de una forma crítica y desmontando los estereotipos predominantes, utilizando para ello los medios de comunicación y las redes sociales<sup>4</sup>. Se le han asignado 9 puntos.

En Murcia encontramos el proyecto Navega, crea y evalúa. Trabaja competencias en alfabetización mediática e informacional y digital. Tiene como objetivo enseñar al alumnado qué es la alfabetización mediática, hacerles comprender el impacto que tienen sobre sus vidas las TIC para que sean conscientes del tiempo que dedican a la tecnología y observar como el abuso de las redes sociales puede impactar de forma negativa en la salud mental y el bienestar. En cuanto a su puesta en práctica, este proyecto tratará sobre las relaciones que los alumnos tienen con la tecnología e Internet, educando en alfabetización mediática, mostrándola como la cura a los problemas que acarrea el uso descontrolado de las redes sociales, y promoviendo un uso responsable de las mismas<sup>5</sup>. Se le han asignado 5 puntos.

#### 4.2. Proyectos de alfabetización nacionales

Los proyectos nacionales analizados han sido: ERASER, Mentas AMI y #NODESINFORMACIÓN. El proyecto ERASER trabaja competencias en alfabetización mediática e informacional y digital. Entre sus objetivos se encuentra la formación del alumnado en el uso responsable de Internet, mostrando cómo usar las herramientas digitales de forma segura, también pretende fomentar el pensamiento crítico para evitar la desinformación en entornos digitales<sup>6</sup>. Aplicando la rúbrica se le han asignado 8 puntos.

Mentas AMI busca fomentar la alfabetización mediática e informacional. Su objetivo es promover, reconocer y difundir iniciativas educativas que fomenten el pensamiento crítico, impulsen la creatividad audiovisual responsable, desarrollen competencias digitales, y promuevan los valores y la convivencia, y un gran encuentro educativo anual de conocimiento e inspiración dirigido a los docentes, para contribuir al desarrollo

---

3 <https://aulacheck.ibercivis.es>

4 <https://shorturl.at/fMVZ5>

5 <https://shorturl.at/esu57>

6 <https://fad.es/tag/eraser>

de habilidades y competencias relacionadas con la alfabetización mediática e informacional<sup>7</sup>. Se le han asignado 8 puntos.

El proyecto #NODESINFORMACIÓN que trabaja competencias en alfabetización mediática e informacional. Tiene como objetivo comprender el fenómeno de la desinformación y sus consecuencias en el contexto actual de crisis sanitaria originada por la COVID-19. Promover la alfabetización mediática e informacional en las aulas de Educación Secundaria como una de las medidas para luchar contra la desinformación.

Adquirir habilidades que permiten distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda, así como formular y expresar los propios argumentos orales y escritos de una manera convincente y adecuada al contexto. Fomentar el pensamiento crítico y la habilidad para evaluar y trabajar con la información. Se trata de una propuesta didáctica que servirá de material de trabajo para los docentes en el aula, su finalidad es abordar la lucha contra la desinformación en general y, en particular, aquella que está relacionada con la COVID-19. El público al que va dirigido es el alumnado de Educación Secundaria<sup>8</sup>. Se le han asignado 11 puntos.

#### *4.3. Valoraciones genéricas resultados del análisis de los proyectos de alfabetización*

Tras este análisis se observa que las propuestas de alfabetización mediática carecen de contenidos transversales que permitan desarrollar estas competencias clave. Únicamente el programa CIMA en Andalucía se presenta como un proyecto transversal en el que se desarrollan las ocho competencias clave para el desarrollo de una ciudadanía responsable y crítica.

Los resultados muestran, en primer lugar, una implementación dispar por territorios. Andalucía lidera con tres proyectos, seguida de Castilla y León, Aragón y Murcia con una cada una. Las otras tres iniciativas son de carácter nacional. En cuanto a la tipología predominan los programas de alfabetización (3), seguidos de talleres (2), gamificaciones (1) y concursos (1). De las ocho propuestas únicamente dos incluyen la participación de periodistas.

En cuanto a los objetivos de las propuestas, en todas se observa la existencia de objetivos múltiples. En las ocho propuestas el objetivo es la alfabetización mediática, cambiando las variables complementarias. Alfabetización digital (3), fomento del pensamiento crítico (2), competencia cultural (1). Tras este análisis se evidencia que las propuestas de Alfabetización Mediática se centran principalmente en la forma, dejando de lado el fondo, es decir, el contenido de la información.

Con la rúbrica se ha realizado una evaluación final de iniciativas de alfabetización mediática dando como resultado la siguiente clasificación. La propuesta con mejor

---

7 <https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI>

8 <https://t.ly/UcvJn>

calificación es CIMA, puesto que trabaja diversas competencias relevantes para la alfabetización mediática, sus objetivos son claros y fácilmente medibles al mismo tiempo que evaluables de forma metódica, también cuenta con recursos didácticos variados y adecuados. En la segunda categoría (B) se encuentran el proyecto inFormados y #NODESINFORMACIÓN, los cuales cumplen los requisitos relativos a objetivos claros y medibles, la evaluación rigurosa y los recursos didácticos adecuados, pero quedan limitados en cuanto a las competencias trabajadas. En la tercera categoría (C) se encuentran las iniciativas Desenreda, Navega Crea y Evalúa, ERASER y Mentas AMI, que se encuentran en esta categoría por tener carencias en varios aspectos. El proyecto Desenreda y ERASER tienen una metodología variada y atractiva pero no fomentan la participación activa ni el desarrollo integral de las competencias. Navega, crea y evalúa tiene recursos didácticos adecuados, pero no son aprovechados al máximo ni son variados. Los objetivos de Mentas AMI son claros y específicos, pero no son medibles, alcanzables o relevantes para la alfabetización mediática. Por último, encontramos el proyecto AulaCheck, el cual no cumple con los criterios básicos de alfabetización mediática.

**Tabla 2**  
*Clasificación de propuestas AMI*

| <b>Categoría</b> | <b>Proyecto</b>       | <b>Descripción</b>   |
|------------------|-----------------------|--|
| A (14-15 puntos) | CIMA                  | Destaca por trabajar de manera integral diversas competencias, plantear objetivos claros y medibles, utilizar una metodología variada y atractiva, contar con una amplia gama de recursos didácticos y un sistema de evaluación riguroso |
| B (10-13 puntos) | inFormados            | Sobresale por sus objetivos claros y medibles, una metodología que fomenta la participación activa y recursos didácticos adecuados   |
|                  | #NODESINFORMACIÓN     | Se distingue por sus objetivos claros, medibles y relevantes, una metodología variada y atractiva, y un sistema de evaluación riguroso   |
| C (6-9 puntos)   | Desenreda             | Destaca por algunos elementos variados y atractivos en su metodología, pero no todos fomentan la participación activa o el desarrollo integral de las competencias   |
|                  | Navega, crea y evalúa | Se caracteriza por algunos recursos didácticos adecuados, pero no todos son variados o no se aprovechan al máximo  |
|                  | ERASER                | Se distingue por algunos elementos variados y atractivos en su metodología, pero no todos fomentan la participación activa o el desarrollo integral de las competencias  |
|                  | Mentas AMI            | Sobresale por algunos objetivos claros y específicos, pero no todos son medibles, alcanzables o relevantes para la alfabetización mediática  |
| D (0-5 puntos)   | AulaCheck             | No cumple con los criterios básicos de la alfabetización mediática en cuanto a competencias, objetivos, metodología, recursos y evaluación   |

#### 4. Discusión y Conclusiones

A partir de lo estudiado en el marco teórico se observa que la desinformación es un problema creciente tanto a nivel nacional como internacional. Con el aumento del flujo

de datos y las nuevas formas de comunicación crece también la posibilidad de difundir contenido malintencionado. El periodismo y su ética profesional son una vía para atajar este problema, pero no es la única, la otra vía es la educación de una ciudadanía alfabetizada mediáticamente, capaz de acercarse a la información de un modo crítico. Ahora bien, parece que la alfabetización mediática no está teniendo el desarrollo que debiera, muestra de ello es el análisis de contenido del apartado anterior.

La alfabetización mediática en España está en desarrollo, con una aplicación desigual por regiones. Se observa una tendencia hacia programas de formación integral que abarcan diferentes objetivos. La colaboración con periodistas es una práctica valiosa para fortalecer la formación. Es necesario ampliar la inversión y el alcance de estas iniciativas para construir una ciudadanía crítica e informada. Esto indica la necesidad de formar al alumnado en la detección de falacias (Maldita, 2021a) y sesgos cognitivos (Maldita, 2021b) para fortalecer su capacidad de observar la información de un modo más crítico, así como para que sean capaces de tener un discurso responsable y coherente.

Tras el análisis de las propuestas de alfabetización mediática que se están llevando a cabo en las aulas de secundaria en España, se puede concluir que se han cumplido los objetivos establecidos en la investigación. Se ha identificado el papel que juega la alfabetización mediática en la lucha contra la desinformación. Se ha analizado el tratamiento que se está dando a la alfabetización mediática en las aulas de secundaria. Se ha propuesto una actividad innovadora para secundaria encaminada a desarrollar el pensamiento crítico y promover una mejor formación en alfabetización mediática e informacional.

En el desarrollo de esta investigación se han producido los siguientes hallazgos. Las propuestas de alfabetización mediática que se están llevando a cabo en las aulas de secundaria son escasas y algunas incompletas. Las propuestas existentes se centran principalmente en la forma, dejando de lado el fondo, es decir, el contenido de la información. Existe una necesidad de propuestas innovadoras y completas que trabajen la alfabetización mediática de manera integral. Recordemos que el análisis de las propuestas de alfabetización mediática se ha limitado a las que se encuentran disponibles en las páginas web de las consejerías de educación de las Comunidades Autónomas.

Este criterio de análisis supone una limitación al estudio, si bien, al mismo tiempo abre las posibilidades de continuidad de futuras investigaciones. Por otra parte, somos conscientes que la rúbrica es un buen inicio para evaluar las propuestas, pero valoramos darle continuidad al método para otorgarle mayor precisión y asegurar consistencia y sus posibilidades de réplica, así como una base teórica más amplia.

En base a todo esto se recomienda que las autoridades educativas que apoyen el desarrollo e implementación de propuestas innovadoras de alfabetización mediática. También se recomienda el fomento de la formación del profesorado en alfabetización mediática. La inclusión de la alfabetización mediática en el currículo educativo.

La alfabetización mediática es una competencia clave para el siglo XXI. Es fundamental que el alumnado desarrolle las habilidades necesarias para analizar críticamente la información, identificar la desinformación y tomar decisiones informadas. Las propuestas innovadoras de alfabetización mediática pueden ser una herramienta eficaz para alcanzar este objetivo.

## 5. Referencias bibliográficas

- Agnoletti, M., Daniele, A., Arci, B., Daniela, L., Dreimane, S., Lourido, S., Racismo, S., Loira, A., Sos, M., Arrazakeria, R., Micheli, E., Scaramella, C., & Stein, A. J. (2021). Media literacy and Digital citizenship for All. *Erasmus +*. <https://all-digital.org/projects/emedial>
- American Library Association, ALA. (2020). *Media Literacy in the Library: A Guide for Library Practitioners*, USA. <https://policycommons.net/artifacts/1738457/media-literacy-in-the-library/2470137>
- Ballesteros-Aguayo, L., del Olmo, F. J. R., & Gutiérrez-Lozano, J. F. (2022). Journalistic ethics and persuasive communication in the face of post-truth: credibility in the face of the challenges of Social Networks. *Observatorio*, 16(3), 255–270. <https://doi.org/10.15847/obsOBS16320222159>
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós.
- Cortina, A. (2004). Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En J. Conill y V. Gozálviz (coord.). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 11-33). Gedisa.
- Dauster, F., & Carter, B. G. (1960). Las revistas literarias de Hispanoamerica. Breve historia y contenido. *Hispania*, 43(2), 296. <https://doi.org/10.2307/334486>
- Frankfurt, H. (2006). *On Bullshit. Sobre la manipulación de la verdad*. Paidós.
- García Avilés, J. (2015). *Comunicar en la sociedad red: Teorías, modelos y prácticas*. UOC.
- García-Marín, D., & Salvat Martinrey, G. (2021). Investigación sobre desinformación en España: Análisis de tendencias temáticas a partir de una revisión sistematizada de la literatura. *Fonseca, Journal of Communication*, 23, 199–225. <https://doi.org/10.14201/fjc202123199225>
- Grizzle, A., & UNESCO. (2023). *Pensar críticamente, hacer clic sabiamente curriculum de alfabetización mediática e informacional para educadores y estudiantes*. UNESCO.
- Hernández, L. (2020). Deontología periodística en tiempos de infodemia. *Temas de comunicación*, 1(40), 94–102. <https://shorturl.at/fCMO2>
- Herrero-Curiel, E., & La-Rosa, L. (2022). Secondary education students and media literacy in the age of disinformation. *Comunicar*, 73, 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>

- Jefatura del Estado. (2021). Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, Educación. *BOE*, 340, 1–86. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2020/12/29/3>
- Maciá, C. y Herrera, S. (2010). La excelencia informativa: dilemas éticos y retos profesionales del periodista, *Cuadernos de Periodistas*, 19, 66-95. <http://goo.gl/1805y7>
- Maldita. (7 de diciembre, 2021a). *Falacias lógicas que pueden hacer que te la cuelen: aprende a identificarlas*. <https://shorturl.at/luFIT>
- Maldita. (23 de noviembre, 2021b). *Veinte sesgos que influyen en nuestra manera de ver el mundo y de tomar decisiones*. <https://t.ly/cu51N>
- Ministerio de Educación (2021). *#NoDESinformación, una propuesta didáctica para Educación Secundaria*. <https://t.ly/UcvJn>
- Marzal-Felici, J. (2022). Educomunicación y formación para el futuro: Una asignatura pendiente. *En Redes sociales y ciudadanía: ciberculturas para el aprendizaje*, pp. 485-491. Comunicar. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- McIntyre, L. (2018). *Posverdad*. Cátedra.
- Morales Campos, E. (2018). La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información. México. UNAM. *Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información*.
- Núñez, M. (2011). *Ética en el periodismo multimedia actual*. Madrid. Universidad Complutense. Facultad de Ciencias de la Información.
- Olmo y Romero, J. A. (2019). Desinformación: concepto y perspectivas. *Análisis del Real Instituto el Cano*. ARI 41. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/desinformacion-concepto-y-perspectivas>
- Rodríguez Andrés, R. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 23(1), 231-244. <http://dx.doi.org/10.5209/HICS.59843>
- Sánchez Sobradillo, I. (2023). La Alfabetización Mediática como instrumento de formación curricular. Estudios de caso desde la promoción pública. En *El fenómeno de la desinformación: reflexiones casos y propuestas*, pp. 198-216.
- Sentí Navarro, C. (2022). El fenómeno de la desinformación como amenaza a los sistemas democráticos y la complejidad de su tratamiento. *Gladius et Scientia. Revista de Seguridad Del CESEG*. <https://doi.org/10.15304/ges.3.8505>
- Suárez Villegas, J. C., & Cruz Álvarez, J. (2013). *Problemas éticos de la instantaneidad informativa en el entorno digital*. Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Sociedad. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/1737>
- Unión Europea. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation*. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation Communications Networks, Content and Technology. Comisión Europea. <https://doi.org/10.2759/0156>

**Financiación:** No cuenta con financiación.

**Conflicto de intereses:** los autores declaran que no existen.

**Traducción al inglés:** aportada por los autores.

**HOW TO CITE (APA 7ª)**

Gallardo, E. A., & Jurado Martín, M. (2025). Propuesta metodológica para el estudio del uso ético de la información en las aulas de secundaria desde el enfoque de la alfabetización mediática. *Comunicación & Métodos – Communication & Methods*, 7(1), 49-64. <https://doi.org/10.35951/v7i1.230>