

Noticias falsas, desinformación y alfabetización mediática en Iberoamérica: un debate necesario

Fake news, disinformation, and media literacy in Ibero-America:
A necessary debate

Luis M. Romero-Rodríguez*

University of Sharjah. Sharjah, Emiratos Árabes Unidos / ESAI Business School, Universidad Espíritu Santo. Guayas, Ecuador

lromero@sharjah.ac.ae

ORCID: 0000-0003-3924-1517

Santiago Tejedor

Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España

santiago.tejedor@uab.cat

ORCID: 0000-0002-5539-9800

Citar como: Romero-Rodríguez, L. M. y Tejedor, S. (2025). Noticias falsas, desinformación y alfabetización mediática en Iberoamérica: un debate necesario. *Desde el Sur*, 17(4), e0079.

RESUMEN

La desinformación se ha convertido en un problema crítico para las sociedades contemporáneas, ya que amenaza los procesos democráticos, la salud pública y la convivencia social. En Iberoamérica, la propagación de noticias falsas y contenidos engañosos ha cobrado especial relevancia en la última década, impulsada por la penetración masiva de redes sociales y aplicaciones de mensajería. Esta editorial ofrece una revisión de la literatura científica sobre *fake news* y desinformación en el contexto iberoamericano, con énfasis en el papel fundamental de la alfabetización mediática, informacional y digital para las generaciones venideras. Se abordan los conceptos de noticias falsas y desinformación, sus impactos sociales documentados, y las respuestas desarrolladas desde la academia y las políticas públicas. La revisión destaca cómo la alfabetización mediática e informacional emerge como estrategia clave que complementa medidas legales y tecnológicas para fortalecer el pensamiento crítico y la resiliencia ciudadana

* Autor corresponsal: Luis M. Romero-Rodríguez, University of Sharjah. Sharjah, Emiratos Árabes Unidos / Universidad Espíritu Santo. Guayas, Ecuador. Correo: lromero@sharjah.ac.ae

frente a la desinformación. Asimismo, se exploran iniciativas de educación mediática en Iberoamérica, como programas educativos, proyectos de *fact-checking* y políticas públicas recientes, evidenciando logros y desafíos. La literatura sugiere que integrar de forma transversal la alfabetización mediática en la educación formal es imprescindible para forjar ciudadanos digitales críticos y comprometidos. Finalmente, se discuten las perspectivas de futuro en la lucha contra la desinformación, subrayando la importancia de una colaboración multisectorial que involucre a gobiernos, medios, plataformas digitales, instituciones educativas y sociedad civil en la construcción de una cultura informativa más veraz e inclusiva.

PALABRAS CLAVE

Alfabetización mediática, alfabetización informacional, desinformación, noticias falsas, Iberoamérica

ABSTRACT

Disinformation has become a critical problem in contemporary societies, threatening democratic processes, public health, and social cohesion. In Ibero-America, the spread of fake news and deceptive content has gained prominence over the past decade, driven by the massive penetration of social networks and messaging apps. This article presents a review of scientific literature on fake news and disinformation in the Ibero-American context, with emphasis on the fundamental role of media, information, and digital literacy for future generations. It addresses the concepts of fake news and disinformation, their documented social impacts, and the responses developed by academia and public policy. The review highlights how media and information literacy is emerging as a key strategy—complementing legal and technological measures—to strengthen critical thinking and citizen resilience against disinformation. Likewise, it explores media education initiatives in Ibero-America, including educational programs, fact-checking projects, and recent public policies, revealing achievements and challenges. The literature suggests that integrating media literacy throughout formal education is essential to forge critical and engaged digital citizens. Finally, future perspectives in the fight against disinformation are discussed, underscoring the importance

of multisector collaboration involving governments, media, digital platforms, educational institutions, and civil society in building a more truthful and inclusive information culture.

KEYWORDS

Media literacy, information literacy, disinformation, fake news, Ibero-America

Introducción

La desinformación, entendida como la difusión deliberada de información falsa o engañosa, ha aumentado globalmente en los últimos años, e Iberoamérica no es la excepción. La transformación digital de la región, combinada con la polarización política, el auge de los populismos y las brechas educativas, ofrece un terreno fértil para la proliferación de las llamadas *fake news* en un ecosistema cada vez más caracterizado por la posverdad (Romero-Rodríguez *et al.*, 2018). En el contexto de esta revisión, el término *fake news* se refiere a información fabricada que imita el formato del contenido periodístico, pero no sus procesos organizativos ni su intención, y que suele ser creada para engañar y confundir a las audiencias (Allcott y Gentzkow, 2017).

Estas historias falsas, amplificadas con frecuencia por redes sociales, aplicaciones de mensajería, medios digitales y convencionales, representan riesgos graves: pueden sesgar la opinión pública, influir en elecciones, incitar conflictos sociales y culturales, e incluso poner en peligro la salud pública (como se vio durante la pandemia de covid-19, en la que la OMS acuñó el término *infodemia*) (World Health Organization, 2020). En los países iberoamericanos, donde la penetración de internet y el uso de redes sociales han crecido exponencialmente, las sociedades se enfrentan a un auge de contenidos desinformativos que, paulatinamente, socavan el discurso democrático y la confianza de los ciudadanos en las instituciones (Sádaba y Salaverría, 2023).

La crisis de desinformación en Iberoamérica presenta características y desafíos particulares. Factores históricos, como el uso propagandístico de la información por regímenes autoritarios y los choques persistentes entre actores políticos y la prensa, han predisposto a la región a la desconfianza y la manipulación (Amado-Suárez, 2022; Becerra, 2014), mientras que en la actualidad las plataformas digitales han facilitado la difusión viral de rumores y bulos, desde cadenas de WhatsApp que esparcen fraudes o consejos de salud falsos en comunidades rurales y entre adultos mayores —con brechas importantes de alfabetización mediática y digital—, hasta

bots que inflaman el discurso de odio y polarización social, especialmente en procesos electorales.

Sobre esto existen casos emblemáticos documentados como las elecciones brasileñas de 2018, donde las noticias falsas y las teorías conspirativas circularon masivamente en redes sociales (Chaves y Braga, 2019), o la crisis catalana de 2017 en España, que estuvo marcada por campañas deliberadas para desinformar al público (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019). Entre 2019 y 2023, la pandemia de covid-19 amplificó aún más el problema: Iberoamérica enfrentó una avalancha de información falsa sobre curas, vacunas y el origen del virus, lo que complicó las respuestas de salud pública (García-Saisó *et al.*, 2021). Salaverría *et al.* (2020) analizaron casi 300 bulos relacionados con la pandemia en España y encontraron desde consejos médicos falsos hasta rumores políticamente motivados, que reflejan una «economía de las emociones» donde el miedo y la incertidumbre fueron explotados.

Ante este contexto de «infodemia» exacerbada por la crisis informativa del covid-19, la comunidad académica sostiene cada vez más que la alfabetización mediática, informacional y digital son herramientas indispensables para contrarrestar los efectos perniciosos de la desinformación, aunque en esto se viene conviniendo desde hace más de 30 años con pocos avances a nivel de políticas públicas. Si bien se han propuesto soluciones tecnológicas, como cambios algorítmicos o moderación de contenido, y acciones legislativas, como leyes contra las noticias falsas, en varios países iberoamericanos, estas medidas son insuficientes por sí solas y, en algunos casos, problemáticas por los propios riesgos de justificación de la censura y la tendencia de caudillismos en la región.

Sin embargo, existe un creciente consenso en que empoderar a los ciudadanos con habilidades para consumir y producir información de forma crítica es una solución más sostenible y democrática (Pérez Tornero *et al.*, 2018). La alfabetización mediática e informacional (MIL, por sus siglas en inglés) abarca un conjunto de competencias que permiten participar de manera efectiva en el entorno informativo digital. La Unesco y la Unión Europea han reconocido la MIL como esencial para la ciudadanía del siglo XXI. De hecho, el Plan de Acción contra la Desinformación de la Comisión Europea (2018) estableció la resiliencia social mediante la alfabetización mediática como uno de sus pilares, aunque esto tenga aún poco recorrido real en la formación de la ciudadanía, al ser una región con sistemas mediáticos y contextos educativos diversos, en el que implementar y fortalecer la MIL es tanto un desafío como una necesidad para salvaguardar la democracia, la salud pública, e incluso la convivencia social en la era digital.

Esta revisión editorial hace así especial énfasis en la importancia de la alfabetización mediática, informacional y digital para las generaciones actuales y futuras, por lo que este número de la revista *Desde el Sur* busca contribuir al debate desde una perspectiva científica-social desde nuestras propias miradas regionales, para también comprender el estado de la investigación y la práctica en MIL en la región, considerando iniciativas educativas y políticas orientadas a empoderar a los ciudadanos. Al entrelazar estos elementos, se busca mostrar el diagnóstico de las *fake news* y la desinformación en nuestro ecosistema y explicar cómo fortalecer la MIL (especialmente entre los jóvenes «nativos digitales») puede actuar como un escudo crítico frente al avance de las noticias falsas y el escenario de la posverdad. Como argumentan Lotero-Echeverri *et al.* (2018), fortalecer la competencia mediática dota tanto a ciudadanos como a periodistas de mejores defensas contra la desinformación (Rodríguez-Hidalgo *et al.*, 2020). Este desafío requiere, entre otros aspectos, de un consenso terminológico en aras de evitar que tanto investigadores, docentes, alumnado y la sociedad en su conjunto confundan los matices de cada término, su alcance y sus implicaciones. Para ello, resulta clave el trabajo de transferencia social y de divulgación mediante formatos renovados, disruptivos y adaptados a los nuevos públicos.

Desinformación en Iberoamérica: alcance e implicaciones

Múltiples estudios confirman que la desinformación digital se ha convertido en un fenómeno extendido en Iberoamérica, que afecta los ecosistemas informativos de los países de formas variadas. En América Latina, plataformas como Facebook, WhatsApp, YouTube y X (antiguamente Twitter) han reemplazado en gran medida a los medios tradicionales como fuentes primarias de información para muchas personas, especialmente de las generaciones *millennials* y *centennials*, lo que, como señala Badillo (2019), transforma la esfera digital en un nuevo escenario geoestratégico de influencia. La facilidad para publicar y compartir contenido en línea implica que la información falsa puede llegar rápidamente a millones de usuarios sin controles previos.

Una encuesta del Eurobarómetro de 2021 reveló que más del 85 % de los españoles estaban preocupados por el impacto de las *fake news* y reconocían la dificultad de distinguir entre noticias reales y falsas. Esa preocupación se repite en contextos latinoamericanos: por ejemplo, Galarza Molina (2020) encuestó a ciudadanos en Nuevo León (México) y documentó una exposición generalizada a noticias falsas en redes locales, así como la sensación de incertidumbre ante cómo verificar su autenticidad.

Uno de los ejemplos más evidentes del impacto de la desinformación ocurrió durante los procesos electorales. En las elecciones presidenciales brasileñas de 2018, una campaña «industrializada» o de laboratorios de *fake news* inundó grupos de WhatsApp con información falsa que iba desde escándalos inventados hasta teorías conspirativas, lo que contribuyó a la polarización del electorado (Chaves y Braga, 2019). En España, durante las elecciones generales de 2019, se observó un pico de desinformación online, especialmente dirigida a grupos vulnerables o enfocada en temas emotivos como inmigración o nacionalismo. Este tipo de *fake news* política explota sesgos cognitivos y emociones intensas, ya que actúa en un entorno de «posverdad» donde las apelaciones emocionales superan los hechos objetivos. Manfredi *et al.* (2022) explican cómo, en esta dinámica posverdad, las narrativas emocionales permiten a actores políticos evadir responsabilidades al convertir falsedades resonantes en «verdades» para ciertos públicos, lo que ya Berger y Luckmann (1966), Watzlawick (1976) y Searle (1995) habían evidenciado desde la segunda mitad del siglo XX como la creación de la realidad social.

Otro ámbito crítico, tal y como se comentó con anterioridad, fue la pandemia de covid-19, que golpeó duramente a Iberoamérica tanto en términos sanitarios como informativos. Salaverría *et al.* (2020) realizaron uno de los análisis más completos de los bulos relacionados con la pandemia en España, e identificaron desde curas falsas (ajo o alcohol), hasta rumores sobre acciones gubernamentales y teorías conspirativas, además de estafas disfrazadas de información de salud. Muchos de estos bulos fueron transnacionales y se expandieron rápidamente entre comunidades hispanohablantes de distintos países. A pesar de la colaboración de organizaciones de verificación como Chequeado (Argentina) o Verificado (México), la infodemia dejó en evidencia que amplios sectores de la población carecían de habilidades críticas para evaluar información, de modo que confiaban más en cadenas de WhatsApp que en comunicados oficiales, lo que evidencia también una merma importante de credibilidad de los ciudadanos hacia las instituciones.

Las implicaciones sociales de la desinformación son profundas. El discurso democrático se deteriora cuando los ciudadanos no pueden acordar hechos básicos o son manipulados mediante falsedades. Bennett y Livingston (2018) describen un «orden de desinformación global», en el que campañas organizadas debilitan instituciones democráticas, algo totalmente aplicable a Iberoamérica. En países como Venezuela o Nicaragua, se ha acusado a medios estatales de difundir propaganda y desinformación para desacreditar y hasta deshumanizar a la oposición. En México, incluso grupos criminales han usado redes sociales para difundir

amenazas y narrativas falsas, lo que complica aún más el entorno informativo y aumenta los riesgos para los periodistas.

Además, la desinformación afecta de manera desigual a diferentes grupos. Los adultos mayores suelen tener más dificultades para distinguir contenido real de contenido falso. Los jóvenes, a pesar de ser expertos en el uso instrumental de la tecnología, no siempre poseen habilidades mediáticas e informacionales sólidas. Las comunidades rurales o con menor educación formal también son especialmente vulnerables, ya que tienen acceso limitado a fuentes diversas y, muchas veces, desconocimiento sobre las capacidades tecnológicas de generar noticias falsas, *deepfakes* o de manipular la información. La «brecha digital», entendida no solo como acceso desigual a tecnología sino también como desigualdad en competencias informativas, amplifica el impacto de la desinformación en la región. En conjunto, la literatura pinta un panorama de una región bajo presión informativa, con consecuencias significativas para la gobernanza, la salud pública y la cohesión social. Este escenario incide en la pertinencia de idear y desarrollar proyectos que potencien el componente intergeneracional, por un lado, y la variedad temática, por otro.

Respuestas a la desinformación: del *fact-checking* a las políticas públicas

Ante el auge de las noticias falsas, en Iberoamérica se ha desplegado una gran variedad de estrategias. Una de las más notorias es el crecimiento de iniciativas de verificación de hechos (*fact-checking*) y periodismo de verificación. Durante la última década, casi todos los países hispanohablantes han visto surgir organizaciones de *fact-checking* —como Colombiacheck (Colombia), Chequeado (Argentina), Verificado (México), Agência Lupa y Aos Fatos (Brasil), o Maldita.es y Newtral (España)— dedicadas a desmontar afirmaciones falsas en el debate público.

Lotero-Echeverri *et al.* (2018) estudiaron el caso de Colombiacheck para evaluar su contribución en la lucha contra las *fake news*. Encontraron que, más allá de desmentir bulos individuales, el proceso de verificación tiene un efecto educativo: muestra una metodología verificable que los ciudadanos pueden aprender y replicar. Según los autores, este periodismo de confirmación fortalece la alfabetización mediática al promover el escepticismo informado y el hábito de verificar antes de creer.

No obstante, el *fact-checking* enfrenta limitaciones evidentes: el volumen de desinformación supera ampliamente su capacidad de respuesta; además, las desmentidas suelen llegar a quienes ya son usuarios críticos, mientras que quienes creen y comparten bulos rara vez consumen verificaciones. Por ello, los verificadores han buscado alianzas con plataformas

(por ejemplo, el programa de verificación de Facebook) y campañas educativas.

Los gobiernos también han tomado medidas, aunque con enfoques muy dispares y con efectos casi nulos. Algunos países han debatido legislaciones para penalizar la difusión deliberada de desinformación, especialmente tras oleadas de bulos electorales. España implementó en 2020 un protocolo nacional contra la desinformación, alineado con el plan europeo, que destaca la coordinación institucional y la promoción de la alfabetización mediática, aunque esto último se ha quedado solo en pinceladas de cambios en el currículo escolar.

La literatura es casi unánime al advertir que los excesos regulatorios son peligrosos y que las soluciones deben evitar empoderar a los gobiernos para decidir qué es falso o verdadero, tal y como lo quería realizar el Gobierno español en 2024 contra los medios que operaban como «máquinas de fango», coincidiendo con las imputaciones de Begoña Gómez y David Sánchez, familiares del presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, y miembros cercanos de su equipo de gobierno como Santos Cerdán, José Luis Ábalos, Koldo Royo y Álvaro García Ortiz. Por ello, muchos autores proponen abordar la desinformación desde una perspectiva de corresponsabilidad pública, donde los ciudadanos cuenten con herramientas para discernir por sí mismos.

También se han aplicado respuestas tecnológicas, como cambios algorítmicos o etiquetado de contenido falso. WhatsApp, por ejemplo, limitó el reenvío de mensajes para frenar la difusión viral de bulos tras incidentes graves en India y Brasil. Sin embargo, estas medidas suelen ser tardías o inconsistentes, y los desinformadores migran rápidamente a plataformas menos moderadas como Telegram.

Ante estas limitaciones, ha cobrado fuerza un enfoque más preventivo: fortalecer la resiliencia informativa de la ciudadanía. Aquí es donde la MIL se presenta como solución a largo plazo. En Europa y en Iberoamérica, gobiernos e instituciones han incorporado progresivamente la MIL en sus estrategias contra la desinformación, con impactos aún muy abstractos. Programas como «Maldita Educa» o «Que no te la cuelen» en España han llevado talleres de verificación a escuelas y muestran resultados prometedores, aunque a escalas muy reducidas.

Así pues, los esfuerzos en MIL en Iberoamérica siguen siendo fragmentados. Algunos países como Uruguay o Costa Rica han integrado competencias digitales en los currículos, pero muchos otros dependen de proyectos puntuales impulsados por universidades, ONG o iniciativas internacionales, lejos de ser unas competencias que se incluyan como

transversales en los currículos de educación formal. Pérez Tornero *et al.* (2018) han subrayado la necesidad de institucionalizar la MIL en los sistemas educativos y, sobre todo, de formar a los docentes. La comunicación y el trabajo cooperativo y de transferencia entre instituciones, organismos y países resulta clave para aprovechar los aprendizajes de diferentes escenarios y coyunturas, y para potenciar un aprendizaje regional que nos sensibilice sobre el componente transversal de los desafíos que envuelven a la desinformación.

MIL: un antídoto a largo plazo

La MIL es defendida por los académicos como el antídoto sostenible a las *fake news*. La MIL integra diversas alfabetizaciones (mediática, informacional, digital, visual, entre otras), en un marco holístico que permite a los individuos navegar el complejo ecosistema informativo actual. En el contexto de la desinformación, MIL significa dotar a las personas de la capacidad de evaluar críticamente el contenido que consumen (y producen) y buscar la verdad por medios fiables.

Uno de los modelos conceptuales más influyentes es el de Ferrés y Piscitelli (2012), quienes identifican siete dimensiones de la competencia mediática, desde los lenguajes y tecnologías hasta los procesos de producción e ideología. Aunque anterior al auge de las *fake news*, este marco describe muchas de las habilidades clave para reconocer la desinformación. Otro aporte relevante es el de Pérez-Rodríguez y Delgado (2012), que destacan la evolución hacia una competencia mediática integral necesaria en el siglo XXI.

Empíricamente, la investigación confirma la importancia de estas competencias. Valverde-Berrocoso *et al.* (2022) realizaron una revisión sistemática de 76 estudios sobre respuestas educativas a la desinformación y concluyeron que la MIL es la competencia más citada y efectiva para combatirla. Además, identificaron la alfabetización periodística (*news literacy*) y la alfabetización en datos (*data literacy*) como habilidades emergentes especialmente relevantes.

Los estudios también señalan tres enfoques pedagógicos comunes: estrategias basadas en competencias (desarrollo de habilidades concretas como la verificación), enfoques centrados en contenidos (conocer los tipos de desinformación, su historia, sus formatos), y educación para la ciudadanía (relacionar la MIL con valores cívicos y éticos). La evidencia indica que los programas MIL bien diseñados mejoran el pensamiento crítico, reducen la credulidad frente a contenidos falsos y disminuyen la propensión a compartirllos. Estudios como el de Romero-Rodríguez *et al.* (2021) muestran que un mayor consumo de fuentes periodísticas formales se

asocia con menor credibilidad otorgada a noticias falsas, mientras que la dependencia exclusiva de redes sociales aumenta la vulnerabilidad, por lo que no solo basta con educar, sino en enseñar a consumir fuentes fiables.

En los últimos años ha ganado terreno el enfoque de «*prebunking*» o inoculación: preparar a las audiencias contra la desinformación mostrándoles ejemplos y patrones antes de que los encuentren en la vida real. Talleres en Guatemala y otros países han utilizado estrategias de este tipo con resultados alentadores. Otro elemento esencial es la alfabetización digital básica, especialmente en zonas rurales. Programas comunitarios en países como el Perú muestran que combinar acceso a internet con formación crítica reduce la vulnerabilidad a estafas y bulos.

Desde una perspectiva generacional, los jóvenes son un grupo central. Aunque son expertos en acceso instrumental a la tecnología, esto no implica habilidades críticas sólidas. A lo anterior se suma el acervo de desafíos que la inteligencia artificial (IA) ha introducido a nivel global (Tejedor *et al.*, 2024), así como en el campo del periodismo y la comunicación, en particular (Tejedor, 2025). Estos desarrollos tecnológicos pueden potenciar los desafíos y el alcance de los problemas y, al mismo tiempo, erigirse como una vía de solución o mejora si contribuyen a potenciar dinámicas y protocolos de validación que refuercen la labor de los humanos con la sofisticación tecnológica.

Conclusión

La lucha contra las *fake news* y la desinformación en Iberoamérica se encuentra en un momento crucial. Por un lado, la última década ha dejado claro el alcance y la urgencia del problema: la desinformación, amplificada por redes digitales, está alterando procesos democráticos, poniendo en riesgo la salud pública, erosionando la confianza social, y generando mayor polarización y discursos de odio. Por otro lado, existe un cuerpo creciente de investigación y experiencia práctica que ilumina posibles soluciones, en el que destaca el empoderamiento ciudadano mediante la alfabetización mediática, informacional y digital.

La desinformación en Iberoamérica constituye un fenómeno complejo y multifactorial que se nutre de divisiones sociales preexistentes y de vulnerabilidades tecnológicas, lo que ha permitido que los bulos políticos, los rumores cotidianos y las noticias falsas se vuelvan omnipresentes en el ecosistema informativo regional. Frente a este escenario, las estrategias reactivas como el *fact-checking* o la moderación de contenidos, aunque necesarias, resultan insuficientes para contener el problema. En contraste, la MIL emerge como una respuesta preventiva capaz de fortalecer la

capacidad crítica de la ciudadanía y reducir su exposición y susceptibilidad a la manipulación informativa.

La evidencia empírica demuestra que los individuos con mayores niveles de competencia mediática e informacional son menos proclives a creer o difundir contenidos falsos. Los programas educativos orientados a desarrollar estas competencias contribuyen a mejorar habilidades de verificación, pensamiento crítico y comprensión del funcionamiento del ecosistema mediático. No obstante, persisten desafíos significativos, como la ausencia de políticas públicas sistemáticas, la limitada escala de las iniciativas actuales, la necesidad urgente de formación docente y la diversidad sociocultural de la región, que demanda enfoques adaptados a distintos contextos. El diálogo estrecho, continuado y bidireccional entre la academia y la industria constituye un hito decisivo que puede desempeñar un papel decisivo ante el desafío de la desinformación. Este hito demanda de la generación de espacios de reflexión, diálogo y debate perenne que permitan un intercambio de enfoques, un desarrollo de sinergias y una interacción enriquecedora entre ambos territorios. A ello se une la necesidad de potenciar los proyectos de transferencia social que, desde universidades y grupos de investigación, potencien el interés y la comprensión por parte de la sociedad de los desafíos, las oportunidades y las amenazas del nuevo escenario tecnológico y comunicativo. En este sentido, es clave que se potencie una mirada constructiva, positiva y motivadora que se aleje de los planteamientos catastrofistas, prejuiciosos o anclados únicamente en lo negativo.

En este marco, las colaboraciones intersectoriales resultan esenciales: ningún actor (periodistas, educadores, gobiernos, plataformas digitales o sociedad civil) puede enfrentar por sí solo la magnitud del problema. La lucha contra la desinformación depende, en última instancia, de la capacidad de las nuevas generaciones para mantener un diálogo democrático basado en hechos. Aunque la alfabetización mediática no constituye una solución definitiva, sí representa una herramienta indispensable: una auténtica «vacuna cognitiva» frente a la desinformación. Formar ciudadanos críticos, capaces de producir y consumir información de manera responsable, es fundamental para construir sociedades más resilientes y democráticas en la era digital.

En este número especial de la revista *Desde el Sur* quisimos contribuir con distintas miradas y enfoques al fenómeno desde contextos diversos que, pese a las diversidades culturales y lingüísticas, presentan un diagnóstico amplio y complementario. Así pues, todas estas propuestas, que provienen desde instituciones internacionales como la Unesco, o de la propia comunidad científica internacional, deben ser adaptadas a cada

situación regional. No existen recetas mágicas, pero sí un diagnóstico claro de la situación y un llamado a la urgencia de actuar para el bien de las futuras generaciones.

Sobre este dossier

Este *dossier* se abre con una reflexión filosófica y teórica sobre la desinformación como problema normativo y epistémico. De la Puente (2025) propone entender la desinformación como una forma de injusticia social que atenta contra la dignidad y la participación democrática, al socavar la capacidad de los individuos para intervenir en la deliberación pública. Desde la cultura digital, Aguirre y Ramos (2025) analizan la emergencia de nuevos regímenes epistémicos en entornos algorítmicos, donde la verosimilitud sintética se legitima a partir de la resonancia afectiva y la amplificación técnica, más que de la validación empírica. En una clave jurídico-política comparada, Erguney y Sádaba (2025) examinan las políticas antidesinformación en la Unión Europea, España y Turquía, y muestran cómo distintas concepciones de la democracia —defensiva o militante— configuran respuestas regulatorias divergentes y tensiones persistentes entre libertad de expresión y orden público.

Un segundo conjunto de artículos aborda empíricamente la desinformación en contextos electorales, mediáticos y socioambientales, con énfasis en el papel de las emociones y los actores políticos. Córdoba *et al.* (2025) evidencian la centralidad de las emociones —particularmente negativas— en la desinformación electoral durante las elecciones estadounidenses de 2024, mientras que Renedo *et al.* (2025) ofrecen una cartografía comparada de la desinformación política en Argentina y España, que destaca la implicación directa de líderes y espacios institucionales. En el contexto peruano, Dos Santos y Takahashi (2025) analizan críticamente un sistema de desinformación socioambiental en torno a los PIACI y las ONG, y presentan la construcción discursiva de hegemonías desarrollistas, en tanto que Vargas-Chávez (2025) examina el negacionismo climático desde la instrumentalización del principio de precaución. Complementariamente, Baquerizo-Neira *et al.* (2025) estudian el uso de TikTok por candidatos presidenciales latinoamericanos, subrayando la primacía de la espectacularización y la apelación afectiva sobre la deliberación política.

Finalmente, el *dossier* incorpora investigaciones centradas en alfabetización mediática, ciudadanía y comunicación institucional. Carrillo *et al.* (2025) evalúan los efectos de una experiencia gamificada de alfabetización mediática en adolescentes, y revelan impactos ambivalentes en conocimientos, actitudes democráticas y preferencias autoritarias. Mateus *et al.* (2025) exploran las estrategias cotidianas y discretas de verificación

desplegadas por estudiantes universitarias peruanas, mientras que Santolalla y Castro (2025) analizan el uso del meme en la comunicación estatal del Reniec, y destacan su eficacia interactiva y sus límites en la construcción de confianza. Desde la formación docente, Castañeda (2025) aporta evidencia empírica sobre la relación entre alfabetización digital, responsabilidad cívica y ciudadanía resiliente en Chile, y Guerrero *et al.* (2025) cierran el número con un análisis del periodismo ambiental en países megadiversos, que subraya la verificación, la contextualización y la ética como claves frente a la desinformación socioecológica. En conjunto, los trabajos reunidos ofrecen una mirada interdisciplinaria y situada sobre la desinformación como desafío estructural para la democracia contemporánea.

Contribución de autoría

Luis M. Romero-Rodríguez cumplió con las fases de conceptualización, investigación, redacción del borrador original, y redacción, revisión y edición.

Santiago Tejedor cumplió con las fases de conceptualización, investigación y redacción del borrador original.

Fuente de financiamiento

Autofinanciado.

Potenciales conflictos de interés

Ninguno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J. I. y Romero-Rodríguez, L. M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 16(1), 44-57. <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>
- Amado-Suárez, A. (2022). Politización de la desinformación en contextos de información devaluada. El caso Latinoamérica. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 4(17). <https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8793>
- Amiden dos Santos, I. y Takahashi, B. (2025). Desinformación y hegemonía discursiva en el Perú: un análisis crítico de los casos PIACI y las ONG ambientales. *Desde el Sur*, 17(4), e0086.
- Badillo, Á. (2019). *La sociedad de la desinformación: Propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información*. Real Instituto El Cano.
- Baquerizo-Neira, G., Bustamante-Pavez, G., Martín Neira, J. I. y Cisternas Osorio, R. (2025). Del #Parati al voto: estrategias expresivas e informativas de candidatos presidenciales latinoamericanos en TikTok. *Desde el Sur*, 17(4), e0087.
- Becerra, M. (2014). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Paidós.
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Carrillo, N., Carral, U. y Sádaba, C. (2025). La alfabetización mediática gamificada y los valores democráticos en la adolescencia: estudio del juego de rol virtual del Parlamento Europeo. *Desde el Sur*, 17(4), e0085.
- Carrillo, N. y Montagut, M. (2021). Tackling online disinformation through media literacy in Spain: The project «Que no te la cuelen». *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 13(1), 149-157. https://doi.org/10.1386/cjcs_00044_7
- Castañeda Díaz, M. T., Riquelme Parra, S. y Pereira Barahona, M. (2025). Alfabetización digital y ciudadanía resiliente: evidencia empírica de futuros docentes chilenos frente a la posverdad. *Desde el Sur*, 17(4), e0090.

Chaves, M. y Braga, C. (2019). Fake news e eleições no Brasil: Desinformação política no WhatsApp. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 62(2), e012.

Córdoba-Cabús, A. y Casero-Ripollés, A. (2025). El rol de las emociones en la desinformación durante la campaña electoral. *Desde el Sur*, 17(4), e0083.

De la Puente Arbaiza, C. A. (2025). La desinformación como una forma de injusticia social. *Desde el Sur*, 17(4), e0080.

Ergüney, M., y Sádaba, C. (2025). Democratic Reflexes (in the EU, Spain and Türkiye): How Defensive and Militant Logics Shape Anti-Disinformation Policies. *Desde el Sur*, 17(4), e0082.

European Commission. (2018). Action Plan Against Disinformation. https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/54866/action-plan-against-disinformation_en

Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75-82. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-10>

Galarza Molina, S. (2021). ¿Quién cree las *fake news*? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *AdComunica*, 21, 265-285. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.13>

García-Saisó, I., Marti, M., Brooks, I., Curioso, W. H., González, D., Malek, V., Mejía, F., Radix, C., Oztzy, D., Zacarías, S., Pereira dos Santos, E. y D'Agostino, M. (2021). Infodemia en tiempos de COVID-19. *Revista Panamericana de Salud Pública*, (45), e89. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.89>

Guerrero, N., Romero-Rodríguez, L. M. y Tejedor, S. (2025). Cómo contar el medioambiente: características y tendencias de las narrativas ambientales en países megadiversos. *Desde el Sur*, 17(4), e0092.

Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M. y Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). Fact-checking vs. fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *index.comunicación*, 8(2), 295-316.

Manfredi, J. L., Amado, A. y Gómez-Iniesta, P. (2022). Desinformación de Estado: emociones al servicio de la causa. *Communication & Society*, 35, 205-221. <https://dadun.unav.edu/server/api/core/bitstreams/9099a679-d028-417e-8c5a-e07c33e8febd/content>

Mateus, J.-C., Monard, E., Ballesteros-Aguayo, L. y Etesse, M. (2025). Administradoras del ruido: prácticas de verificación discreta y gestión de la desinformación entre estudiantes peruanas. *Desde el Sur*, 17(4), e0088.

Palau-Sampio, D. (2018). Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America. *Communication & Society*, 31(3), 347-365. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-363>

Pérez-Rodríguez, M. A. y Delgado-Ponce, Á. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática. Dimensiones e indicadores. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 39, 25-34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4013304>

Pérez Tornero, J. M., Tayie, S. S., Tejedor, S. y Pulido, C. (2018). ¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión. *Doxa Comunicación*, 26, 211-235. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n26a10>

Ramos-Zaga, F. A. and Aguirre-Lanegra, A. J. (2025). Synthetic Verisimilitude and Epistemic Regimes in Algorithmic Culture: Affective and Sociotechnical Reconfigurations of Truth. *Desde el Sur*, 17(4), e0081.

Renedo-Farpón, C., Neira Carrión, N. y Slimovich, A. (2025). Cartografía comparada de la desinformación política en Iberoamérica: los casos de Argentina y España. *Desde el Sur*, 17(4), e0084.

Rodrigo-Alsina, M. y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y postverdad. *Cuadernos.info*, (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

Rodríguez-Hidalgo, C., Rivera-Rogel, D. y Romero-Rodríguez, L. M. (2020). Information quality in Latin American digital native media: Analysis based on structured dimensions and indicators. *Media and Communication*, 8(2), 138-152. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2657>

Romero-Rodríguez, L. M., De-Casas-Moreno, P. y Caldeiro-Pedreira, M.C. (2018). Desinformación e infoxicación en las cuartas pantallas. En I. Agueda y Romero-Rodríguez, L.M. (eds.), *Competencias mediáticas en medios digitales emergentes* (pp. 73-92). Comunicación Social.

Romero-Rodríguez, L. M., Valle Razo, A. L. y Castillo-Abdul, B. (2021). *Fake news* de humor y sátira y actitudes hacia la política: Análisis comparativo del realismo percibido y los sentimientos de eficacia, alienación y cinismo en estudiantes de comunicación. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 16(2), 465-480. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8041254>

Sádaba, C. y Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 1-18. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

Santolalla Huerto, L. A. y Castro-Pérez, R. (2025). El meme como herramienta comunicacional del Estado: análisis de la estrategia digital del Reniec en Facebook y su impacto en la interacción ciudadana. *Desde el Sur*, 17(4), e0089

Searle, J. R. (1995). *The construction of social reality*. Free Press.

Tejedor, S. (2025). *Inteligencia artificial y periodismo. Cómo formar a los profesionales del futuro*. UOC.

Tejedor, S., Cervi, L., Romero-Rodríguez, L. M. y Vick, S. (2024). Integrating Artificial Intelligence and Big Data in Spanish Journalism Education: A Curricular Analysis. *Journal. Media*, 5, 1607-1623. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040100>

Valverde-Berrocoso, J., González-Fernández, A. y Acevedo-Borrega, J. (2022). Desinformación y multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura. *Comunicar*, 30(70), 97-110. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>

Vargas-Chaves, I. (2025). El principio de precaución en la arquitectura del negacionismo climático: una lectura crítica desde Cass Sunstein. *Desde el Sur*, 17(4), e0091.

Verón-Lassa, J. J., Sancho-Ligorred, B. y Pérez-Zapater, B. (2023). Alfabetización mediática contra la desinformación: análisis de 25 iniciativas promovidas en España. *Doxa Comunicación*, 41, 113-134. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2899>

Watzlawick, P. (1976). *How real is real? Confusion, disinformation, communication*. Vintage Books.

World Health Organization (WHO). (2020). Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating misinformation. <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>

Luis M. Romero-Rodríguez es *full professor* de Comunicación Estratégica en el Departamento de Relaciones Públicas de la Universidad de Sharjah (Emiratos Árabes Unidos) y *visiting scholar* del ESAI Business School, Universidad Espíritu Santo (Ecuador). Es doctor en Comunicación por las universidades de Huelva, Sevilla, Málaga y Cádiz (España), máster en Comunicación Social por la Universidad de Almería (España), y licenciado en Comunicación Social y Derecho por la Universidad Santa María (Venezuela). Posee los premios Napolitan Victory Awards y Roblón Comunicación, en reconocimiento por su actividad investigadora.

Santiago Tejedor es catedrático de Periodismo —especializado en viajes y ciberperiodismo—, investigador y periodista. Es director del Gabinete de Comunicación y Educación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Es doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y doctor en Ingeniería de Proyectos por la Universidad Politécnica de Cataluña. Es coordinador del Máster de

Comunicación y Educación (UAB) y licenciado en Periodismo. Posee el título honorífico «Egregius Educator», otorgado por el Consejo Superior de Dirección de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC) de Managua (Nicaragua) y el reconocimiento como «visitante distinguido» de la Universidad Tecnológica de Honduras.

Recepción: 4/11/2025

Aceptación: 4/12/2025