

# COMPETENCIAS MEDIÁTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN EN ÉPOCA DE FAKE NEWS: RESULTADOS DE UN TEST DE ACTUALIDAD

**Manuel García-Borrego, Alba Córdoba-Cabús y Sergio Roses**

Universidad de Málaga (España)

[manoletus@uma.es](mailto:manoletus@uma.es), [albacordoba@uma.es](mailto:albacordoba@uma.es) y [sergioroses@uma.es](mailto:sergioroses@uma.es)

*El presente trabajo ha sido financiado por el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga*

El irrefrenable auge de las noticias falsas ha aumentado en buena medida la preocupación de la academia por el estudio y la articulación de medidas en contra de un fenómeno tan actual como antiguo. Las llamadas *fake news* no solo atentan contra el derecho ciudadano a una información de calidad, sino que complican la labor de los propios profesionales de la comunicación, que deben contar con las herramientas y competencias necesarias para hacer frente a esta nueva ola de desinformación.

En este contexto, el trabajo actual se plantea examinar, desde una perspectiva puramente descriptiva, el grado de conocimiento de la actualidad de los futuros profesionales de la comunicación (estudiantes de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas) y ayudar a discernir así su grado de vulnerabilidad ante las noticias falsas. Para ello se repartió un cuestionario a todos los alumnos de la Universidad de Málaga matriculados en las citadas titulaciones (n=586).

Los resultados muestran, en líneas generales, un nivel de conocimiento bajo, con un suspenso generalizado en todas las áreas contempladas —Nacional, Internacional, Economía, Deportes y Cultura— y por debajo incluso de los estándares de la población general. Los alumnos de Periodismo puntúan mejor en todas las preguntas y secciones, sobre todo en las relacionadas con política nacional y deportes, mientras que en Economía y Cultura los resultados son algo más parejos.

Esta realidad evidencia la necesidad de reforzar las competencias mediáticas de los comunicadores del futuro, ya que si difícilmente aciertan a la hora de identificar actores o conceptos clave en el ecosistema sociopolítico actual, el riesgo de que ello afecte a su futura labor profesional es alto.

**Palabras clave:** Alfabetización mediática; Competencias mediáticas; Conocimiento político; Estudiantes de Comunicación; Fake news