

Interacciones. Revista de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social
ISSN 2796-9010
Núm. 2, año 2022, [pp. 6-21]

Educar para la verdad: desafíos transmedia frente al consumo de noticias falsas

Leonardo Corzo*

Resumen

La nueva escala de la comunicación digital, global e instantánea ha transformado el ecosistema comunicativo habilitando, a la vez, nuevas escalas para sus desafíos y problemáticas. Algunos aspectos claves para la experiencia de las sociedades como los procesos informativos y de construcción de la realidad social están expresando nuevas versiones de problemáticas clásicas. En un contexto complejo de multiplicación de las noticias falsas, en el que la palabra validada de la práctica periodística tradicional pierde credibilidad y sufre las exigencias del ecosistema de sobreabundancia informativa, la calidad de la experiencia democrática se degrada.

A partir de estas problemáticas, el presente trabajo aborda la dinámica de las noticias falsas en Internet. Con ello, recupera el papel de una alfabetización transmedia, participativa y crítica, como promotora de procesos educativos tendientes a conformar personas capaces de interpretar el contexto informativo del cual forman parte.

A través de una revisión de la bibliografía en torno a las noticias falsas y la alfabetización transmedia, y relacionando estos desarrollos con los resultados de una encuesta en torno al consumo de noticias falsas en Argentina, se busca dar cuenta de los elementos de la alfabetización transmedia que puedan hacer frente a los desafíos informativos y las necesidades educativas de las sociedades en los ecosistemas hipermediáticos.

* Licenciado en Comunicación Social y Doctorando en Comunicación Social por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Becario doctoral por la Secretaría de Ciencia y Tecnología (UNC), radicado en el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (CIPeCo-UNC). Investigador perteneciente al proyecto de investigación Transmedia Córdoba financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SeCyT-UNC). Correo electrónico: leonardo.corzo@mi.unc.edu.ar

Fecha de recepción: 15/8/2022. Fecha de aceptación: 6/12/2022.

Palabras clave: Educación; Comunicación digital; Noticias falsas; Alfabetización transmedia

***Educating for the truth:
transmedia challenges against the consumption of fake news***

Abstract

The new scale of extension of digital, global and instant communication has transformed the communicative ecosystem, enabling, at the same time, new scales for its challenges and problems. Key aspects for the experience of societies, such as information processes and the construction of social reality, are expressing new versions of classic problems. In a complex context of multiplication of fake news and where the validated word of traditional journalistic practice loses credibility and suffers the demands of the ecosystem of information overabundance, the quality of the democratic experience is degraded.

Based on these problems, the present work addresses the dynamics of fake news on the Internet and recovers the role of a participatory and critical transmedia literacy, as a promoter of educational processes aimed at forming people capable of interpreting the information context of which they are part.

Through a review of the literature on fake news and transmedia literacy, and relating these developments to the results of a survey on the consumption of fake news in Argentina, this paper seeks to account for the elements of the transmedia literacy that can meet the information challenges and educational needs of societies in hypermedia ecosystems.

Keywords: Education; Digital communication; Fake news; Transmedia literacy

***Educar para a verdade:
desafios transmídia contra o consumo de notícias falsas***

Resumo

A nova escala de extensão da comunicação digital, global e instantânea transformou o ecossistema comunicativo, possibilitando, ao mesmo tempo, novas escalas para seus desafios e problemas. Aspectos chave para a experiência das sociedades, como os processos informacionais e a construção da realidade social, estão expressando novas

versões de problemas clássicos. Em um contexto complexo de multiplicação de notícias falsas e onde a palavra validada da prática jornalística tradicional perde credibilidade e sofre com as demandas do ecossistema de superabundância de informações, a qualidade da experiência democrática se degrada.

Com base nesses problemas, o presente trabalho aborda a dinâmica das notícias falsas na internet e recupera o papel de uma alfabetização transmidiática participativa e crítica, como promotora de processos educativos voltados à formação de pessoas capazes de interpretar o contexto informativo do qual forma parte.

Através de uma revisão da literatura sobre notícias falsas e alfabetização transmidiática, e relacionando esses desenvolvimentos com os resultados de uma pesquisa sobre o consumo de notícias falsas na Argentina, este artigo procura dar conta dos elementos da alfabetização transmidiática que podem enfrentar os desafios da informação e necessidades educacionais das sociedades em ecossistemas hipermídia.

Palavras-chave: Educação; comunicação digital; Notícias falsas; alfabetização transmídia.

1. Introducción: Desafíos actuales para la práctica periodística

Al interior de los procesos comunicativos hipermediáticos (Scolari, 2008) que reproducen la dinámica de la sociedad red (Castells, 2006), la palabra validada de los medios de comunicación construye la realidad social como experiencia colectiva (Verón, 1987). Atravesado por materialidades, intereses y objetivos conflictivos, e incapaz de funcionar como una práctica transparente de mediación entre la realidad y las personas, el periodismo construye la realidad social dando forma a la experiencia social, ordenando el caos y otorgando sentido a los acontecimientos (Martín-Barbero y Rey, 1997).

En el ambiente comunicativo actual, caracterizado por profundos cambios tecnológicos descritos por diferentes autores (Pierre Levy, 2007; Castells, 1999 y 2006; Piscitelli, 2002 y Scolari, 2008, entre otros) a partir de la extensión de las comunicaciones digitales y la conectividad móvil, la búsqueda de información, su elaboración y su difusión como procesos esenciales de la práctica periodística ya no pueden pensarse siguiendo los parámetros del siglo anterior (Salaverría, 2008). Con la digitalización de los

procesos comunicativos, el trabajo de las empresas informativas ha sufrido cambios en todas sus dimensiones constitutivas.

Las nuevas lógicas y dinámicas del ecosistema hipermediático, “caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente” (Scolari, 2008, p. 113), plantean, además de una variedad de posibilidades productivas, profundos desafíos tanto para la práctica periodística como para el arduo trabajo ciudadano de mantenerse informado. Desde las formas de producción de los contenidos, el proceso de trabajo de la información, las estrategias de negocios, hasta los patrones de consumo y de comunicación entre los medios y sus públicos (Casero-Ripollés, 2012), ningún aspecto ha quedado indiferente a las transformaciones en el ecosistema de medios.

En la actualidad, el periodista y los medios informativos desarrollan su actividad en un contexto que exige información comunicada en tiempo real (Guallar, 2011). Al mismo tiempo, enfrentan una intensa competencia por captar la atención del público (Casero-Ripollés, 2012), frente a una sobreabundancia de informaciones amalgamadas en una continuidad del contenido digital e interactivo. La exigencia del ciclo continuo de noticias (Karlsson y Strömbäck, 2010), la mencionada sobreabundancia (Boczkowski, 2010) y la asimetría constitutiva entre la temporalidad humana y la del ciberespacio (Berardi, 2014), que entorpece los procedimientos de verificación de la información, terminan por afectar no solo la calidad de las noticias y el valor de la verdad para las sociedades, sino la calidad de las construcciones informativas y las interpretaciones que, a partir de ellas, se hacen las personas sobre la realidad social.

El conocimiento certero de la realidad y el adecuado ordenamiento de la información sobre el estado de nuestros entornos es lo que nos permite formar una opinión sobre el mundo que nos rodea (González, 2019) y operar en él de forma coherente. El flujo permanente de información poco confiable y las noticias falsas, sin embargo, erosionan esa credibilidad y desestabilizan el sistema informacional que construye la realidad social. Las nuevas tendencias del ecosistema de mediatización actual apuntan hacia la consolidación de la lógica del espectáculo informativo, el pensamiento *light* y la política como entretenimiento (Rincón, 2006), dentro de un flujo de informaciones turbulento y vertiginoso. En él, la verdad se devalúa y las personas encuentran cada vez más desafíos para situarse informacionalmente y formar parte crítica y efectiva de los procesos democráticos y participativos. El riesgo a partir de este avance de las noticias falsas, es la degradación de la capacidad para identificar las políticas deseables, la

consolidación de un estado de indiferencia política y la pérdida de la legitimidad de los gobiernos democráticos (Kahne y Bowyer, 2017).

Los números relativos a la extensión y la consolidación de las tecnologías digitales en el entramado social nos señalan la importancia investigar los factores desestabilizantes del ecosistema informativo en la actualidad: ochenta y ocho de cada cien personas emplean teléfono celular y ochenta y cinco de cada cien utilizan internet en Argentina (INDEC, cuarto trimestre 2020)[†]. Las redes sociales, a la vez, han pasado a ser la principal fuente de información para las personas jóvenes (Newman *et al.*, 2020). Las noticias nos llegan a través de Whatsapp, compartidas por un contacto cercano; nos la recomienda Google en base al estudio de nuestro historial de datos o nos encontramos con ellas en Instagram, en forma de memes.

El ecosistema hipermediático y la comunicación digital instantánea es nuestra realidad de todos los días; frente a su imbricación abrumadora en la dinámica de los cuerpos y el tiempo, corremos el riesgo de habilitar sus variaciones acríticamente, dejando que avancen en perjuicio de nuestras sociedades y sus procesos. Si consideramos la consolidación progresiva de este escenario informativo complejo, dinámico y desafiante surge la necesidad de abordar, al interior de las interfaces (Scolari, 2018) de los medios de comunicación digitales, el fenómeno de las noticias falsas en Internet y el papel que los usuarios de las redes sociales tienen en la dinámica de expansión y retroceso de este tipo de malestares en el sistema informativo.

2. El consumo acrítico de noticias falsas

Para Axel Gelfert (2018), las fake news pueden definirse como la presentación deliberada de afirmaciones falsas o engañosas como noticias, en las que las afirmaciones son engañosas por diseño. Desde esta perspectiva lo novedoso del fenómeno es el carácter intencional de la creación y distribución de la información falsa. A pesar de la reciente relevancia del término, este tipo de prácticas no son nuevas. Las noticias falsas tienen tanta historia como las verdaderas y la difusión de la información sin contrastar es tan remota como nuestra existencia (Valero y Oliveira, 2018).

[†] (INDEC) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- Gobierno de la Nación Argentina.

Lo novedoso en la configuración mediática actual no es el fenómeno de las noticias falsas por sí mismo, sino la nueva escala que alcanza a partir de la extensión de las tecnologías digitales. Para Nuria Fernández-García (2017), la forma en que accedemos a la información ha cambiado radicalmente en los últimos años. “La prensa y los informativos de televisión pierden audiencia, especialmente entre las generaciones más jóvenes, entre las cuales las redes sociales han pasado a ser hegemónicas” (p. 67) y esta infraestructura de información, con una escala, un alcance y una horizontalidad en los flujos informativos sin precedentes en la historia, es el elemento diferenciador del fenómeno de las noticias falsas en la actualidad (Boczkowski, 2016).

Frente a este avance de las redes sociales, los dispositivos móviles y la comunicación instantánea, las noticias falsas han logrado un alcance global y una velocidad de viralización que dificulta el apropiado tratamiento de la información. Para Marián Alonso González (2019) “las plataformas en línea, las redes sociales y otros servicios de Internet han favorecido la proliferación de noticias que intencionadamente inducen a error, dando lugar a informaciones periodísticas que carecen de rigor y credibilidad” (p. 29).

Redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y WhatsApp ocupan en la actualidad el centro del ecosistema informativo. El abandono del paradigma informativo centrado en los medios tradicionales ha “favorecido una hiperactividad comunicativa basada en un exceso de contenidos que genera ‘ruido’, permitiendo que se cuelen rumores y surjan noticias falsas que tanto periodistas como consumidores no son siempre capaces de distinguir” (Palomo y Sedano, 2018, p. 1386). Desde títulos exagerados o incorrectos, que buscan únicamente el clic de los desprevenidos, pasando por noticias con elementos de mayor o menor incorrección, hasta llegar a la información diseñada específicamente para tergiversar los hechos y las opiniones; el abanico de faltas a la verdad es amplio y la velocidad de su esparcimiento, muchas veces, termina por vencer a las capacidades de verificación disponibles.

El tratamiento de las noticias falsas tuvo un fuerte impulso a partir de las elecciones presidenciales del año 2016, en Estados Unidos. Investigaciones como las llevadas a cabo por Allcott y Gentzkow (2017) recuperaron ciento quince historias falsas a favor de Trump, que se compartieron en Facebook un total de treinta millones de veces y cuarenta y una historias falsas pro Clinton compartidas un total de siete millones seiscientos mil veces. Así, concluyeron que la circulación de noticias falsas se había

inclinado en favor del candidato republicano. Esta influencia en la campaña de Trump es aún un tema de debate, en tanto expresa el alcance de este fenómeno sobre las democracias y la amenaza que representan para los procesos políticos a futuro.

Estudios como los de Vosoughi, Roy y Aral (2018), por su parte, confirman la tendencia de las personas a replicarlas. Los investigadores de la Iniciativa de Economía Digital del MIT analizaron entre, 2006 y 2017, ciento veintiséis mil historias de Twitter compartidas por tres millones de personas. A partir del análisis de los datos, concluyeron que las noticias falsas se esparcen más y a mayor velocidad que las verdaderas y que la información falsa tiene más probabilidades de ser compartida. En este tipo de conclusiones radica la importancia del papel de los usuarios de las redes sociales como nodos en la cadena de extensión de las noticias falsas. Como problemática sistémica, que involucra a una gran cantidad de sujetos, instituciones y tecnologías en procesos globales, aun en el eslabón más pequeño de la cadena, cada persona, puede cortar el flujo de una noticia falsa.

El asunto se ha tornado global, de carácter urgente, y reclama la especial atención de los investigadores y los profesionales de la comunicación. Una gran cantidad de personas se informan a través de redes sociales; muchas no tienen, como estos, la preparación ni los criterios necesarios para distinguir entre la información falsa de la verdadera (Valero y Oliveira, 2018).

Frente a la contemplación acrítica de la problemática, se consolida en las sociedades un proceso de degradación de la verdad que involucra a las personas en ambientes de descreimiento de la labor periodística e indolencia con respecto a los asuntos sociales. En este tiempo nuestro, de verdades devaluadas, importa más el vínculo emocional que se tiene con la información que aquel que esta tiene con la realidad. Indagar en la dinámica de este vínculo es un primer paso, necesario, antes de continuar con el abordaje y las propuestas.

3. Datos sobre la dinámica de las noticias falsas en Argentina

El trabajo “*Noticias falsas y el uso de WhatsApp como medio noticioso*”, llevado adelante en el año 2021 por el equipo de investigación Transmedia Córdoba (SeCyT-UNC), indaga en la experiencia informativa digital de las personas. Su foco está en los hábitos de chequeo de la información por parte de los usuarios de esa aplicación en Argentina.

La investigación se llevó adelante a partir una encuesta que circuló, de manera aleatoria, desde el 16 de junio hasta el 08 de julio de 2021, en el pico de la multiplicación de las noticias falsas en torno al coronavirus, en diferentes provincias. En total, respondieron cuatrocientas cuarenta y cinco personas, de las cuales el mayor porcentaje corresponde a la provincia de Córdoba, seguido por Buenos Aires y Santa Fe.

Los resultados arrojaron que solo un tercio de la población (32.3 %) afirmó estar seguro de no haber compartido noticias de cuya veracidad dudara. El resto de los encuestados habían compartido noticias falsas, no estaban seguros de haberlo hecho o preferían no responder esa pregunta. Estos números contrastan con el de la cantidad de personas que afirmaron haber recibido información falsa a través de WhatsApp: un 58,7 % de los encuestados detectó información falsa en noticias que había recibido a través de ese medio. Frente a esa disparidad, el equipo reflexiona sobre la dificultad que tienen las personas para admitir que también son parte del problema. La desinformación afecta a una gran mayoría; un porcentaje importante (73,2%) respondió que le resultaba habitual compartir noticias que recibía a través de internet; sin embargo, son pocos los que aceptan haber actuado sin criterio al momento de compartirlas.

La encuesta también indagó en las herramientas y las estrategias de verificación de la información. La acción más frecuente, antes de dar por válida una información que llega por WhatsApp, es “Apelar a los propios conocimientos y experiencia sobre el tema para analizar la información” (69 %). Se destaca así la presencia de un proceso primario, una puesta en juego del acervo de conocimiento propio antes de dar por válida una noticia.

Cuando se trata de conformar mecanismos sólidos de validación de la información, las exigencias del ecosistema de medios y las intenciones maliciosas requieren, sin embargo, ir más allá de lo evidente. Además de la contrastación con el propio conocimiento, los encuestados manifestaron que también chequeaban la información de las noticias en Google o en algún otro buscador (56,3 %), indagaban en el medio original de la información (52 %), se cuestionaban sobre la confianza que le generaba el contacto que le había compartido la noticia (51,6 %) o cotejaban el título con el texto a fin de evaluar su correspondencia (50%).

En menor medida, respondieron que también analizaban si las fotos y/o los videos se correspondían con la información (49 %) y que identificaban la fecha y la actualidad de la noticia (47 %). Estas prácticas, no tan frecuentes como la contrastación con el propio conocimiento, por las propiedades inherentes al ecosistema digital, deberían pasar a ser

parte del equipo de respuesta permanente frente a la circulación de las noticias en las redes sociales.

Vimos en una cultura fuertemente influenciada por lo visual (Jenks, 1995; Sturken y Cartwright, 2001) y ya hemos interiorizado diferentes formas de relacionarnos, experimentar nuestros entornos y compartir nuestras vivencias a través de la fotografía digital (Indaco y Manovich, 2016), entendida como un objeto de intercambio comunicativo (Fontcuberta, 2011). Esta predominancia de lo visual requiere también la atención, en tanto la maleabilidad y la edición de lo digital habilita diferentes manipulaciones de la imagen, que ya no puede pensarse como una representación absoluta de la realidad que imita. El *software* de edición de imagen, como Photoshop, es cada vez más accesible al público; su mal uso está cada vez más extendido. Las alteraciones de la realidad a través de la imagen y el video son amenazas tan graves como las faltas en la información escrita, ya que puede encontrar a su público desprevenido frente a la fuerza demostrativa de lo evidentemente visual.

El esparcimiento de noticias antiguas como si fueran nuevas, la reutilización de imágenes junto a informaciones fuera de su contexto son también prácticas que podemos observar en el día a día y nos devuelven la importancia de la verificación de las fechas en las publicaciones en línea. Algo tan simple puede pasar como evidente en el flujo de la inmediatez que todo lo engulle y esquivar así la matriz de nuestras comprobaciones.

Como intermediación necesaria, esta serie de prácticas de verificación destacadas por los encuestados debe formar parte de la práctica cotidiana del consumo de informaciones. La construcción que nos hacemos del mundo, y nuestro papel como ciudadanos atravesados por la política, depende de que seamos capaces de alcanzar conclusiones razonadas y basadas en la verdad de las cosas. Para los investigadores del equipo Transmedia Córdoba, “[l]a persistencia en este tipo de prácticas genera un patrón de reconocimiento de la información, nos vuelve más hábiles para conducirnos en los ecosistemas digitales y disminuye las posibilidades de ser vulnerados por una información falsa” (Ardini *et al.*, 2021, p. 22).

A través de la encuesta, el equipo también buscó poner a prueba las capacidades de discernimiento de las personas en una serie de cinco casos de noticias falsas. En promedio, en un 39 % de los casos, los encuestados no pudieron identificar la falsedad de, lo que demuestra que los mecanismos de verificación no son infalibles y que, aunque a las personas les cueste admitirlo, todos somos parte del proceso de esparcimiento de

noticias falsas. Incluso los periodistas, en su labor en los medios, tienen problemas para discernir y procesar la verdad o falsedad de la información e incurrir en él. Se entiende entonces que el ciudadano de a pie tenga también problemas para ajustar sus criterios.

El trabajo del equipo de investigación concluye que es momento de derribar la idea de que el consumo y la diseminación de noticias falsas es algo que les pasa a otros. Aceptar la propia cuota de responsabilidad nos volverá más atentos y capaces de desenmascarar los engaños, y cortar así los flujos de noticias falsas antes de continuar extendiéndolos. Como suele ser habitual, en cualquier proceso de resolución de una problemática, el primer paso es reconocer su existencia y nuestra relación con ella, y a partir de ahí, abordarla de forma estratégica. Fortalecer el juicio crítico implica emprender un camino transversal por diferentes interfaces, conectarnos con las demás personas y con el mundo que nos rodea y orientarnos hacia la realidad con una exigencia mayor sobre la construcción que de ella hacen los medios.

Como respuesta a los desafíos informacionales del actual ecosistema de medios, es fundamental el papel del sistema educativo y de los procesos de enseñanza y aprendizaje. “De esta manera, y como respuesta a estos desafíos, consideramos fundamental el fortalecimiento de una ciudadanía digital involucrada en un proceso de aprendizaje acerca de la producción de la información en los entornos digitales y las posibilidades de verificación de los contenidos y las noticias que circulan en Internet” (Ardini *et al.*, 2021, p. 25). La búsqueda es la de una educación que promueva una ciudadanía crítica y preparada para el desafío de problematizar la realidad social (Freire, 2017), comprometida y atenta acerca de su posición en el mundo y su relación con el otro, y capaz de comprender los procesos comunicativos de sus entornos y transformarlos ahí en donde signifiquen amenazas para los derechos y el bienestar de la sociedad.

4. La educación transmedia frente al desafío de las noticias falsas

La estrategia defendida en este trabajo es la de fomentar una ciudadanía crítica y bien informada. La educación conforma una parte clave en la construcción de la conciencia ciudadana a lo largo del tiempo (Lagomarsino Montoya *et al.*, 2019). Para Finley, McGowan y Kluever (2017), la clave es reforzar los programas de alfabetización y adaptarlos a las necesidades actuales con el objetivo de concienciar y formar lectores más críticos y consumidores de información de fuentes diversas.

Con este objetivo, la alfabetización transmedia se propone como “un grupo de habilidades, prácticas, valores, conciencia y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de la nueva cultura colaborativa” (Scolari, 2016, p. 8). En tanto alfabetización mediática, su objetivo es atender las cuestiones claves de nuestro tiempo como los fenómenos que afectan a la autonomía personal y a la capacidad de toma de decisiones, así como promover la formación de una conciencia crítica ante los nuevos escenarios que crean los medios y una reflexión amplia sobre sus características (Mesquita-Romero, Fernández-Morante y Cebreiro-López, 2022).

La necesidad de una alfabetización específica para la configuración actual del sistema de medios nos conduce a rechazar la idea de que las generaciones jóvenes, nativas de las tecnologías digitales, tienen, por la exposición elevada y la habituación a la tecnología, mayores habilidades y comprensiones más profundas. Para Mesquita-Romero, Fernández-Morante y Cebreiro-López (2022) “Asumir que los estudiantes por haber nacido, crecido y estar rodeados de medios garantizan un saber que los convierte en «nativos digitales» supone dejar al margen muchas situaciones de análisis y descuidar la responsabilidad del sistema educativo en la educación mediática” (p. 49).

Partiendo de la base de que la democracia funciona mejor cuando sus participantes se preocupan por la precisión en la verdad de las afirmaciones, el estudio de Kahne y Bowyer (2017) concluye que quienes realizan cursos sobre alfabetización mediática incrementan su habilidad para entender, evaluar y analizar los mensajes de los medios. La formación mediática tradicional, sin embargo, debe ahora incluir nuevos enfoques vinculados al consumo crítico de los medios. Requiere incorporar las variables propias de la cultura digital (Grandio-Pérez, 2016) y el ecosistema hipermediático para que la cultura de la convergencia (Jenkins, 2008) y el flujo de contenidos saltando entre plataformas no sobrepase las capacidades de los ciudadanos para gestionar su propio consumo informativo. “El consumidor tradicional de medios ahora es un sujeto activo que, además de desarrollar competencias interpretativas cada vez más sofisticadas para comprender los nuevos formatos narrativos, de manera creciente crea nuevos contenidos, los recombina y comparte en las redes digitales” (Scolari *et al.*, 2018, p. 8).

Con el foco en la participación y la construcción de una trama narrativa que conduzca los objetivos y potencie las capacidades del proceso educativo, la alfabetización transmedia tiende a una ampliación de la capacidad de participación de los estudiantes y a una mejor comprensión del ecosistema de medios. Una educación que permanezca ajena

a la indagación sobre su entorno como sistema hipermediático, que no fomente la participación y que no habilite la reflexión crítica sobre su propio proceso y su lugar en la sociedad, es un obstáculo para sus propios objetivos y representa una brecha hacia la construcción de una ciudadanía crítica y participativa.

Dentro de la sistematización de elementos de la alfabetización transmedia desarrollada en el artículo “Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura” (González-Martínez, *et al.*, 2018), la participación interviene en conjunto con otros tres componentes: la transmedialidad, la colaboración y el espíritu crítico. Los autores desarrollan la participación en tanto capacidad de producción de contenido en el entorno de una cultura participativa, que habilita la intercambiabilidad de los roles entre consumidores y productores. La transmedialidad es trabajada en tanto capacidad de navegación entre medios, lenguajes y contenidos dispersos en diferentes materialidades. La colaboración para los autores es un elemento también fundamental para la alfabetización transmedia e involucra las habilidades necesarias para la interacción y el desarrollo satisfactorio de narrativas en un ecosistema común y participativo. El último elemento destacado es transversal a la alfabetización y no exclusivo de la transmedialidad. El espíritu crítico retoma la importancia de la capacidad para discernir, analizar y evaluar el propio desarrollo de nuestra comunicación y nuestra participación en la reproducción de los procesos sociales.

El conjunto de elementos destacados por los autores ayuda a definir; sin embargo, no agota el campo de posibilidades de la alfabetización transmedia en tanto es aún un término en desarrollo práctico y teórico, cuya indagación y gestión permitirá ampliar sus márgenes. El desafío persistente continúa siendo el de promover en las personas la capacidad de habitar críticamente su tiempo, comprendiendo la dinámica del entorno hipermediático y siendo parte comprometida de sus realidades sociales.

Para Nuria Fernández-García (2017) es necesario empoderar a la ciudadanía para que adquiera las competencias necesarias para acceder, comprender, analizar, producir contenido y distinguir las noticias falsas de las verdaderas. “Esto se ha de hacer mediante una apuesta real por la alfabetización mediática, con un sentido cívico que refuerce la democracia construyendo una ciudadanía informada que pueda decidir libremente” (p. 77).

5. Conclusiones

La degradación de la verdad, transversal a todas las instituciones, y de la práctica periodística como proceso actuante en la conformación de la realidad social son desafíos clave para las sociedades actuales y sus instituciones educativas.

El objetivo de una educación en la que los alumnos comprendan críticamente la realidad y adquieran instrumentos para cambiarla (Aparici y Marín, 2017) representa, para las sociedades y las personas, un desafío siempre inconcluso: el de repensarse y transformarse a partir de una estrategia de reflexión, intervención y crítica. La educación, como proceso clave en la formación de la ciudadanía y la práctica democrática, no puede permanecer ajena a los efectos perjudiciales de las noticias falsas y las diferentes formas de manipulación de la verdad en su nueva escala digital, global e instantánea.

Los profesionales de la comunicación, la educación y la investigación en ciencias de la comunicación y la cultura tienen a su disposición los recursos de la alfabetización transmedia para hacer frente a las malas prácticas informativas en el ecosistema hipermediático. La alfabetización transmedia, a partir de su preocupación por la comprensión crítica de los procesos comunicativos y el énfasis puesto en la participación de los actores sociales, presenta un marco de interpretación y de acción a la medida de la problemática de las noticias falsas.

Referencias bibliográficas

- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211-36.
- Aparici, R., y García Marín, D. (2017). *Comunicar y educar en el mundo que viene*. Barcelona: Gedisa.
- Ardini, C., Corzo, L., Contreras, L., Mirad, N. y Secco, N. (2021). Noticias falsas y el uso de WhatsApp como medio noticioso. Publicación Digital. Mutual Conexión. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.
- Berardi, F. (2014). *La Sublevación*. Buenos Aires: Hekht Libros.
- Boczkowski, P. (2010). *News at work: imitation in an age of information abundance*. Chicago University Press, 2010. ISBN:978 0226062808.
- Boczkowski, P. (2016). Las noticias falsas y el futuro del periodismo la postverdad. *Revista Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/lapostverdad/>
- Casero-Ripollés A. (2012): “Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital”. *Comunicar*, 39 (XX), pp. 151-158.
- Castells, M. (1999). *La era de la Información*. 3 tomos. México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2006) *La Sociedad Red*. España: Ed. Alianza.
- Fernández-García, N. (2017). Fake News: Una Oportunidad para la Alfabetización Mediática. *Nueva Sociedad*. 269.
- Finley, W., McGowan, B. y Kluever, J (2017). Fake news: An opportunity for real librarianship. *ILA reporter*, v. XXXV, n. 3, May 17. <https://www.ila.org/publications/ila-reporter/article/64/fake-news-an-opportunity-for-real-librarianship>
- Fontcuberta, J. (2011, noviembre 5). “Por un manifiesto postfotográfico” recuperado de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografiico.html>.
- Freire, P. (2017). *Pedagogía del oprimido* (4a ed.). Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.

- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, Vol. 38, No.1, pp. 84-117.
- González, M. A. (2019). FakeNews: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, pp. 29-52.
- González-Martínez, J., Serrat-Sellabona, E., Estebanell-MinGuell, M., Rostan-Sánchez, C., y Esteban-Guitart, M. (2018). Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura. *Comunicación y sociedad*, (33), 15-40. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7029>.
- Grandio-Pérez, M. (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra Clave*, 19(1), 85-104. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.1.4.
- Guallar, J. (2011). Prensa digital en 2010. *Anuario ThinkEPI*, v. 5, pp. 101-105.
- Indaco, A., y Manovich, L. (2016). Urban Social Media Inequality: Definition, Measurements, and Application. ArXiv, abs/1607.01845.
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenks, C. (1995). *Visual culture*. London: Routledge. ISBN: 978 0 415106238.
- Kahne, J., y Bowyer, B. (2017). Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. *American Educational Research Journal*, 54(1), 3–34. <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>.
- Karlsson, M. y Strömback, J. (2010). “Freezing the flow of online news”. *Journalism Studies*, nº11 (1), pp. 2-19.
- Lagomarsino Montoya, M., Véliz Burgos, A., Pavié Nova, A., y Nass Álvarez, J. (2019). Educación y Democracia. Una alianza necesaria para la sociedad abierta y contra la demagogia, conducida por la Fake News. Utopía y Praxis Latinoamericana, 24(4),137-146.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura, informe al Consejo de Europa*. España: Anthropos.
- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1997). El periodismo en Colombia: de los oficios y los medios. *Signo Y Pensamiento*, 16(30), 13–30.
- Mesquita-Romero, W., Fernández-Morante, C., y Cebreiro-López, B. (2022). Critical media literacy to improve students' competencies. [Alfabetización mediática

- crítica para mejorar la competencia del alumnado]. *Comunicar*, 70, 47-57.
<https://doi.org/10.3916/C70-2022-04>
- Newman, N., Richard F., W., Schulz, A., Andi, S. y Kleis Nielsen, R. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. p. 14.
- Palomo, B. y Sedano, J. (2018). WhatsApp como herramienta de verificación de fake news. El caso de B de Bulo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1384 a 1397. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1312/71es.html>.
- Piscitelli, A. (2002): *Cibercultura 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Salaverría, R. y García Avilés, J. (2008): “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”, en *Trípodos* N° 23.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2016). Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, 103, 13-23.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C., Winocur, R., Pereira, S., y Barreneche, C. (2018). Alfabetismo transmedia. Una introducción. *Comunicación y sociedad*, (33), 7-13.
- Sturken, M. y Cartwright, L. (2001). *Practices of looking. An introduction to visual culture*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 0195314409.
- Valero, P. y Oliveira, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS*)*. 10.15847/obsOBS12520181374.
- Verón, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Gedisa.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science (New York, N.Y.)*, 359(6380), 1146–1151.
<https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.