

Javeinformados: propuesta para contrarrestar la desinformación noticiosa en universitarios

Javeinformados: a proposal to counteract
disinformation among university students

Autoras:
**Camila Chirán Melo
y Mariana Cárdenas
González**

Directora:
**Adriana Rodríguez
Sánchez**

Resumen

Los universitarios tienden a informarse por las redes sociales. En Colombia, según Newman et al. (2021) el 96 % de los jóvenes utiliza internet, el 67 % prefiere Facebook para leer noticias y el 45 % WhatsApp. Sin embargo, la información que circula en estas plataformas puede ser manipulada y puede atentar contra el derecho a la información (Alonso, 2019).

Este artículo presenta una síntesis de los resultados del trabajo de grado de maestría de Comunicación en las Organizaciones que consistió en diseñar una experiencia formativa virtual, basada en la educomunicación, para contribuir a la identificación y evaluación de la desinformación que circula en redes sociales por parte de los estudiantes de pregrado de la Pontificia Universidad Javeriana Cali; y aportar a enfrentar la problemática de la desinformación noticiosa a través del desarrollo de competencias mediáticas e informacionales. La propuesta se fundamentó teóricamente en los conceptos de desinformación, utilizando los lineamientos proporcionados por HLGE (2018) y en las competencias AMI (Alfabetización Mediática e Informacional) definidas por la UNESCO (2011). Esto sugiere que el enfoque del trabajo fue integral, abordando tanto la comprensión teórica de la desinformación como la aplicación práctica de competencias para enfrentarla.

Para la realización de la propuesta se examinaron los avances institucionales sobre esta problemática a través de un análisis documental y entrevistas semiestructuradas, se caracterizó el consumo de información noticiosa de los estudiantes a partir de un sondeo y se llevó a cabo una revisión de literatura y estrategias para contrarrestar la desinformación.

La experiencia formativa virtual se elaboró con base en la metodología de Diseño Instruccional ADPIE (Análisis, Diseño, Producción, Implementación, Evaluación) desarrollada por la Oficina Javevirtual (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2019)¹, la cual está sustentada en la pedagogía ignaciana. Se contó con el apoyo del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación – CRAI.

Se concluye que es importante seguir promoviendo este tipo de experiencias educativas que contribuyan a que los jóvenes tengan acceso a información veraz y ejerzan conscientemente su ciudadanía.

Palabras clave: desinformación, noticias, educomunicación, competencias mediáticas e informacionales, redes sociales, jóvenes universitarios

Abstract

University students tend to inform themselves through social networks. In Colombia, according to Newman et al. (2021) 96 % of young people use the internet, 67 % prefer Facebook to read news and 45 % WhatsApp. However, the information that circulates on these platforms can be manipulated and can violate the right to information (Alonso, 2019).

This article presents a synthesis of the results of the master's degree work in communication in organizations that consisted of designing a virtual training experience, based on educommunication, to contribute to the identification and evaluation of disinformation that circulates in social networks; by undergraduate students from the Pontificia Universidad Javeriana Cali; thus contributing to reduce the problem of news disinformation through the development of media and information skills. The proposal is theoretically based on the concepts of disinformation (Grupo de Expertos de Alto Nivel de la Comisión Europea sobre Financiamiento Sostenible, 2018); and AMI competencies (UNESCO, 2011).

¹ Estudiantes de la maestría de Comunicación en las Organizaciones de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Semillero de Investigación: Audiencias digitales.

For the realization of the proposal, the institutional advances on the problem were examined; Through a documentary analysis and semi-structured interviews, the consumption of news information by students was characterized from a survey and a literature review and strategies to counter disinformation were carried out.

The virtual training experience was developed based on the ADPIE Instructional Design methodology (Analysis, Design, Production, Implementation, Evaluation), developed by the Javevirtual Office (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2019) which is based on Ignatian pedagogy. It had the support of the Resource Center for Learning and Research - CRAI.

It is concluded that it is important to continue promoting this type of educational experiences that contribute to young people having the right to truthful information and consciously exercising their citizenship.

Keywords: desinformation, news, educommunication, media and information skills, social networks, university students

Introducción

Este artículo presenta una síntesis del trabajo de grado de la maestría de Comunicación en las Organizaciones de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, que tuvo como objetivo diseñar una experiencia formativa virtual basada en la educomunicación, para contribuir a la identificación y evaluación de la desinformación que circula en las redes sociales por parte de los estudiantes de pregrado de dicha institución educativa.

La desinformación es un problema global que afecta diferentes campos como la política (Pérez y Velasco, 2020), la salud (Salaverría, 2021), el entretenimiento (Sidorenko et al., 2021), la economía y la producción de noticias (UNESCO, 2021), así como temas de la agenda pública como el cambio climático (Abellán, 2021).

Aunque la historia de la desinformación se remonta al siglo XIX (Mayoral et al., 2019) el arribo de las redes sociales ha incrementado su circulación y su posible impacto. Quizá uno de los desafíos más importantes es que repercute en la toma de decisiones sociales y políticas de los individuos (Barriga, 2014) y afecta el ejercicio de la ciudadanía, porque "pone en jaque una de las variables imprescindibles de las democracias: el derecho a recibir una información veraz" (Rodríguez, 2019, p. 68).

La desinformación puede entenderse como todas las formas de información falsa, inexacta o engañosa diseñada, enviada y promovida para causar intencionalmente daño público o con fines de lucro (Grupo de Expertos de Alto Nivel de la Comisión Europea sobre Financiamiento Sostenible, 2018). Esta definición subraya dos aspectos: la intencionalidad y el efecto de la información divulgada. Se considera multicausal, dado que es la consecuencia de diferentes procesos como el auge de las redes sociales y plataformas digitales, el incremento del flujo informativo, el principio del mínimo esfuerzo y la difusión de los pseudocontenidos, que se refiere a la preferencia de los internautas por el contenido de fácil acceso sin importar su validez (Weiss et al., 2020) entre otros aspectos.

La posibilidad que ofrecen las TIC para producir contenidos e información, ha llevado a que gran parte de las piezas gráficas, audiovisuales y escritas circulantes en redes sociales puedan ser manipuladas, ensamblando, añadiendo o removiendo información (Alonso, 2019) lo cual puede expandir las capacidades creativas de los usuarios, pero también las noticias falsas.

Asimismo, la desinformación puede presentarse bajo diferentes modalidades como: contenido clickbait, teorías de conspiración, fabricación, conexión engañosa, broma, sesgado o unilateral, impostor, pseudociencia, rumores, reseñas falsas y troleo (Kapantai et al., 2020). Las modalidades de desinformación pueden evaluarse desde tres dimensiones: facticidad (el grado en que las noticias y el contenido se basan en hechos, mayormente falsos o verdaderos), verificabilidad (origen y autenticidad del contenido) y motivación (intención particular, ya sean con fines financieros, ideológicos y/o psicológicos) (Kapantai et al., 2020).

Una de las poblaciones que puede estar más expuesta a la desinformación son los jóvenes porque presentan un alto consumo de contenidos y de información noticiosa a través de internet (Newman et al., 2021). A su vez, Romero et al. (2016) aseguran que, en América Latina, los universitarios tienden a estar expuestos a información falsa que circula por la web, dado el alto nivel de consumo de contenido online al que se enfrentan a diario. En Colombia, Newman et al. (2021) el 96 % de los jóvenes utiliza internet, el 67 % prefiere hacer uso de Facebook para leer noticias, el 45 % WhatsApp y el 34 % YouTube, además, se destaca el uso creciente de redes sociales como Tik Tok, Instagram y Snapchat para informarse.

Según la UNESCO (2020) una de las alternativas para contrarrestar la desinformación es el desarrollo de competencias mediáticas e informacionales, las cuales son el resultado

de un proceso de educación o alfabetización mediática e informacional (AMI) (Gutiérrez y Tyner, 2012). Aunque los términos de competencias y alfabetización tienden a emplearse como sinónimos, lo cual puede generar cierta confusión, en realidad son distintos. La alfabetización está asociada con la acción y el proceso de educación, mientras que las competencias se relacionan con las capacidades, habilidades y destrezas para interpretar y comprender de forma crítica la información divulgada por los medios y plataformas digitales.

Ahora bien, este trabajo se sustentó en la propuesta de la UNESCO (2011) sobre competencias mediáticas e informacionales, que las define como el conjunto de conocimientos, destrezas y actitudes que permiten a los ciudadanos desarrollar un pensamiento crítico, ser activos en sus grupos sociales e involucrarse eficazmente con los medios de comunicación, las redes sociales y otros proveedores de información. Asimismo, concibe, dentro del conjunto de competencias AMI, las habilidades de: acceso a la información de una manera eficaz y eficiente, evaluación crítica de la información, las fuentes de información y el uso responsable de la información.

Además, la propuesta se fundamenta en la educomunicación que se concibe como un proceso dialógico inseparable de la práctica educativa y del aprendizaje colaborativo, se asume que *conocer es comunicar y dialogar* (Barbas, 2012). Este enfoque tiene como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados. Propone la articulación entre los componentes comunicativos y pedagógicos que permiten la construcción de una educación liberadora y de práctica transformadora de la sociedad (Varela, 2016). Se adopta esta postura, teniendo en cuenta que uno de los propósitos de este trabajo está relacionado con el desarrollo de un pensamiento crítico en los estudiantes de la Universidad. Por tal razón, pensar en la educomunicación como aquella que fomenta la construcción crítica de conocimiento, es coherente con los objetivos y con los referentes conceptuales y metodológicos de este proyecto.

La propuesta se realizó en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, organización del tercer sector, vinculada a la Compañía de Jesús y con más de 400 años de experiencia educativa en Colombia. En el 2021, la Pontificia Universidad Javeriana Cali registró 6.805 estudiantes de pregrado, distribuidos en 27 programas académicos, los cuales se encuentran agrupados en cinco facultades (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2021a). Se optó por dirigirla a estudiantes de primeros semestres, ya que este el grupo puede tender a contar con niveles más bajos de competencias mediáticas en comparación con estudiantes de semestres más avanzados (Aldaz, 2017). La experiencia formativa virtual se

encuentra articulada al Plan de Alfabetización Informativa de la Biblioteca, se contó con el apoyo del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) y Javevirtual y, se encuentra enmarcada en el semillero de investigación *Audiencias Digitales*.

Estado de la cuestión

Investigaciones sobre desinformación y competencias mediáticas en jóvenes universitarios:

La revisión bibliográfica realizada indica que existe una evidencia cruzada respecto de la relación entre estudiantes universitarios, competencias mediáticas y desinformación. Por un lado, se encontraron investigaciones que plantean que los jóvenes hacen uso de las redes sociales como medios informativos, con conciencia plena de la necesidad de contrastar información y compartirla una vez la han validado (Tarullo, 2021) los estudiantes son conscientes de que las noticias falsas son un problema que puede adoptar distintas variantes y consideran que la educación es la mejor forma de luchar contra el poder de manipulación de ese tipo de noticias (Sobral y Nina, 2020) o que estudiantes de determinadas carreras como la de comunicación son quienes menos consumen y comparten noticias falsas de manera periódica, gracias a la formación que tienen (Martín-Herrera y Micaletto-Belda, 2021). Sin embargo, estos estudios se realizaron en condiciones metodológicas que no permiten que sus resultados sean extrapolables a otros contextos.

En contraposición a estos resultados, otras investigaciones afirman que los jóvenes consideran que no cuentan con las herramientas necesarias para verificar si la información que consumen es falsa o verdadera (Juca y Juca, 2020) y que presentan dificultades para diferenciar la veracidad de las fuentes y contenidos (Herrero et al., 2019; Cerdá et al., 2021). Se ha encontrado que el problema de la desinformación se refuerza gracias a que los jóvenes tienen propensión a consumir información en exceso, tienen baja capacidad de discernimiento sobre la información que difunden, y reciben gran cantidad de contenido inútil contribuyendo a su viralización (Romero y Aguaded, 2016). De este modo, esta población incluye en sus hábitos de consumo informativo una preferencia dominante hacia contenidos *ligeros y no verificados*, que resulten útiles a sus intereses (Elizalde-Robles y Rodríguez-Hidalgo, 2021). Además, los estudiantes tienden a ignorar las estrategias utilizadas por aquellos que difunden información falsa. Por lo tanto, consumen noticias y titulares cargados con lenguaje emocional que atraen especial atención, como por ejemplo las teorías de conspiración (Vasilyeva y Shilov, 2021).

De la misma forma, Soengas et al. (2019) afirman que, si bien las redes sociales han reemplazado el uso informativo de los medios tradicionales, los jóvenes no consumen noticias de forma rigurosa ni hacen labores de verificación; esto, entre otras razones, debido a que poco se preocupan por el fenómeno de la desinformación.

A pesar de que los estudiantes dan cuenta de un amplio número de prácticas digitales que han aprendido de forma autónoma (López-Gil y Sevillano, 2020) estas competencias no suelen transferirse al ámbito académico. En el caso colombiano, se ha señalado que los estudiantes universitarios tienden a presentar un nivel medio de desarrollo de competencias mediáticas y que presentan dificultades para realizar lectura crítica de los medios y de los contenidos y para explicitar la ideología y valores que los medios promueven (Arenas et al., 2021).

A pesar de las diferencias entre unos y otros estudios y del tipo de enfoque adoptado, todos ellos coinciden en la necesidad de adelantar propuestas pedagógicas desde las instituciones de educación superior para desarrollar las competencias mediáticas e informacionales que les posibilite a los estudiantes utilizar herramientas para discernir y evaluar la calidad de la información que consumen en los medios de comunicación, internet y redes sociales, con el fin de enfrentar el problema de la desinformación y poder ejercer la ciudadanía. Se resalta la necesidad de que los docentes y educadores comprendan cómo los estudiantes evalúan las noticias digitales para ayudarlos a convertirse en expertos evaluadores de las noticias que encontrarán fuera del aula (Evanson y Sponsel, 2019).

Los resultados de estos estudios permiten sustentar la elaboración de una experiencia formativa dirigida a estudiantes universitarios que posibilite identificar y evaluar la desinformación que circula en las redes y plataformas digitales.

Estrategias para combatir la desinformación

Para enfrentar la desinformación en los universitarios se han creado diferentes iniciativas desde las bibliotecas de instituciones de educación superior se han adelantado diferentes iniciativas, como enseñar habilidades informacionales (Musgrove et al., 2018) sesiones para identificar informaciones falsas (Wade y Hornick, 2018) y cursos en línea (Scheibenzuber et al., 2021).

Por otra parte, y de acuerdo con Valverde et al. (2022) es posible identificar tres enfoques pedagógicos que buscan contrarrestar la circulación de noticias falsas y desinformación: estrategias competenciales, centradas en contenidos y de educación para la ciudadanía.

Estrategias competenciales

En este enfoque se encuentran las prácticas educativas que buscan promover el pensamiento crítico, la lectura lateral, la interacción de estudiantes y el aprendizaje basado en juegos (Valverde et al., 2022).

Un ejemplo de una estrategia ubicada en este primer enfoque lo constituye el proyecto interactivo “Guerra a la mentira”, producido en el 2017 por RTVE, en el que el usuario debe superar retos para verificar información acerca de situaciones reales y reconocidas mundialmente².

Estrategias centradas en contenidos

De acuerdo con Valverde et al. (2022) estas estrategias incluyen la evaluación y producción de noticias, así como la co-construcción de conocimiento.

Por ejemplo, iReporter es una estrategia relacionada con este enfoque. Este proyecto se creó en el 2018 por la BBC y presenta de manera dinámica la posibilidad de que el usuario asuma el rol de un miembro del equipo de periodistas, con la misión de mantener un equilibrio entre exactitud, impacto y rapidez³.

También existen sitios web en donde los usuarios pueden encontrar recursos audiovisuales, descargables y otros contenidos informativos que permiten evaluar noticias. Entre ellos están: ‘Chequeado’⁴, creado por La Voz Pública -Argentina - en el año 2010, es un sitio web que se encarga de la verificación del discurso público, promoviendo el acceso a la información y la apertura de datos. Similar a este, se encuentra ‘Portal Check’⁵ y ‘Verified’⁶, sitios creados por la UNESCO y la ONU con recursos útiles sobre cómo chequear información y campañas con archivos descargables como imágenes, gifs y videos para compartir.

2 Guerra a la mentira. Cada día, miles de personas publican en las redes sociales testimonios de las injusticias que presencian. <https://lab.rtve.es/webdocs/guerra-mentira/es/>

3 BBC Ireporter. Get ready to make the headlines. <https://www.bbc.co.uk/news/resources/1dt-8760dd58-84f9-4c98-ade2-590562670096>

4 Chequeado. <https://chequeado.com/>

5 Portal Check. <https://portalcheck.org/>

6 Verified. <https://shareverified.com/es/>

Estrategias de educación para la ciudadanía

Incluyen prácticas enfocadas en la educación cívica o en la alfabetización informacional de grupos vulnerables (Valverde et al., 2022).

Algunos ejemplos de estas estrategias lo constituyen sitios web como CoFacts⁷ y Newtral⁸, basados en la experiencia de usuario y empoderamiento ciudadano a través de la información y el empleo de plataformas de mensajería. También, otros proyectos como Media Monitoring Africa (MMA)⁹, Chicas Poderosas¹⁰, Observatorio Social de Desinformación y Análisis de Medios de Comunicación Sociales (SOMA)¹¹, ‘Lucha contra la Desinformación y ‘Recursos de Audio para Contrarrestar la Desinformación’; de diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales enfocados a la verificación de contenido y educación de la comunidad en temas relacionados (Digital Future Society, 2020).

Existen otros enfoques pedagógicos, tales como: 1) alfabetizaciones específicas, que buscan educar sobre los diferentes tipos de información disponibles en el siglo XXI y cómo encontrarla, verificarla y usarla; y 2) enfoque psicológico-actitudinal, que trata de combatir el intercambio de información errónea de manera acrítica, a través de la interacción (Valverde et al., 2022).

Para que estas estrategias sean efectivas en instituciones de educación superior, se sugiere que exista una colaboración biblioteca-profesorado para definir de manera conjunta actividades que impulsen a los estudiantes a concientizarse sobre las noticias falsas y su problemática (Martínez y Algora, 2019). Así mismo, se ha evidenciado que es altamente eficaz la incorporación de módulos asincrónicos cortos en cursos universitarios (McGrew y Chinoy, 2022).

En el caso específico de la Pontificia Universidad Javeriana Cali aún no se han ejecutado proyectos o estrategias que aborden directamente la problemática de la desinformación noticiosa en los estudiantes, fomentando sus competencias mediáticas (C.Hoyos y A. Murillo, comunicación personal, 2021).

7 Cofacts.<https://cofacts.tw/>

8 Newtral. <https://www.newtral.es/>

9 Media Monitoring Africa. <https://mediamonitoringafrica.org/>

10 Chicas poderosas. <https://chicaspoderosas.org/>

11 Observatorio social de desinformación y análisis de medios de comunicación sociales. <https://www.disinfobservatory.org/>

Pese a ello, la biblioteca está desarrollando un plan de alfabetización informacional que encamina sus acciones hacia el desarrollo de ciertas habilidades y competencias informacionales necesarias para la formación integral de la Comunidad Javeriana Cali, tales como el acceso a la información, la evaluación de la información y el uso de la información. Cabe aclarar que en este plan formativo se contempla únicamente la información de carácter académico. Es decir, las competencias y habilidades que desarrollarán los estudiantes están relacionadas con el acceso, evaluación y uso de datos e información contenida en artículos, monografías y trabajos encontrados en bases de datos.

A partir de esta revisión de estrategias, se optó por elaborar una experiencia formativa virtual por su alta efectividad (McGrew y Chinoy, 2022) y se combinaron las estrategias pedagógicas propuestas por Valverde et al. (2022).

Metodología

Esta propuesta se desarrolló en tres etapas: 1. Diagnóstico: caracterización del contexto e identificación de la necesidad educativa que fundamenta la propuesta. 2. Diseño de la experiencia de formación virtual: definición de objetivos de aprendizaje, modelo pedagógico, recursos, actividades y sistemas de evaluación. 3. Producción: elaboración de los diferentes productos o recursos que conforman la propuesta.

Diagnóstico

El diagnóstico supuso considerar 3 fases:

1) Caracterización de la problemática de la desinformación en estudiantes universitarios. A partir de la revisión de investigaciones se identificaron demandas y alternativas de solución con respecto a la problemática. Estos insumos sirvieron de base para la construcción de los antecedentes¹².

2) Caracterización de los avances institucionales sobre la desinformación. Se revisaron algunos documentos institucionales¹³ y se hicieron entrevistas semiestructuradas a los

¹² Se revisaron 52 investigaciones (a partir de bases de datos) y 15 estrategias educativas y virtuales para contrarrestar la desinformación.

¹³ Proyecto Educativo Institucional (Consejo Directivo Universitario, 1992), Estatutos de la Universidad (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2013), Datos estadísticos (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2018), Dirección de Comunicaciones (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2021b), Gestión Talento Humano (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2021c) y Planeación 50 más 50 (Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2021d).

colaboradores de la biblioteca y del CRAI¹⁴. Se realizó un mapeo de los aspectos rectores de la Universidad y de los proyectos o acciones que la institución ha llevado a cabo en relación con la temática.

Esta indagación permitió establecer que, aunque se han realizado algunos estudios sobre competencias mediáticas¹⁵ y existe interés sobre este aspecto, aún no se han adelantado proyectos de intervención. Sin embargo, se logró identificar el interés de la biblioteca por contribuir a la resolución de esta problemática desde la alfabetización informacional y se articuló esta experiencia a dicho proyecto.

3) Caracterización del consumo de información noticiosa de estudiantes. Se aplicó un instrumento estandarizado a los estudiantes de primeros semestres de la Pontificia Universidad Javeriana, mayores de 18 años¹⁶. El instrumento fue enviado a través de correos electrónicos¹⁷ y se recogieron los datos de aquellos que de manera voluntaria respondieron las preguntas. Todos los participantes fueron informados de que su participación era voluntaria y podían retirarse del estudio cuando lo consideraran pertinente.

Para el diseño del instrumento se tuvieron en cuenta variables sociodemográficas (edad, lugar de nacimiento, estrato socioeconómico, colegio del que proviene) y las siguientes dimensiones: acceso, consumo, evaluación y uso del contenido noticioso. Estas dimensiones se elaboraron a partir de la propuesta de la UNESCO (2011) en relación con las competencias mediáticas e informacionales. Se revisaron las encuestas desarrolladas por diferentes estudios asociados con las temáticas del proyecto¹⁸, y se procedió a elaborar el instrumento que quedó conformado por cuatro dimensiones y 34 preguntas. Este instrumento fue sometido a una prueba piloto antes de su aplicación.

14 Se entrevistó a Carlos Hoyos, jefe de biblioteca; Ana Guiselly Murillo, coordinadora pedagógica; y Paola Vargas, coordinadora de servicios.

15 Edición N° 18 del Cuaderno Javeriano de Comunicación "*Competencias Mediáticas*" y artículos como *Prácticas de consumo cultural mediático en jóvenes estudiantes colombianos: Un estudio piloto* de Serna Collazos, Hernández García, Sandoval-Romero y Manrique-Grisales (2018).

16 Se solicitó que solo los mayores de edad respondieran el instrumento, por consideraciones éticas y procesos legales/administrativos de la Pontificia Universidad Javeriana Cali en concordancia con la normatividad establecida en la Ley 1098 del 2006 por la cual se expidió el Código de Infancia y la Adolescencia; cuyo objeto es la protección integral de los niños, niñas y adolescentes.

17 El instrumento y el procedimiento de recolección de los datos fue sometido a revisión y aprobación de la Oficina de Coordinación de Investigaciones de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

18 Se revisaron los siguientes instrumentos: (I) Encuesta sociodemográfica del DANE, de la cual se adaptaron preguntas relacionadas con la caracterización sociodemográfica de la población; (II) Encuesta de Consumos Culturales del DANE, de donde se adaptaron preguntas sobre preferencia y frecuencia de consumo de información; (III) Encuesta de Indicadores Básicos de TIC en Hogares del DANE, de la cual se retomaron preguntas sobre canales y dispositivos para el consumo de información noticiosa; y (IV) CRAAP test (Currency, Relevance, Authority, Accuracy, and Purpose), de dónde se adaptaron preguntas sobre evaluación de fuentes de información y contenidos noticiosos.

Diseño

Para el diseño de esta experiencia se adoptó la metodología de Diseño Instruccional ADPIE (Análisis, Diseño, Producción, Implementación, Evaluación), desarrollada por la Oficina Javevirtual (2019).

Durante el proceso, se contó con el acompañamiento de la coordinadora pedagógica Ana Guiselly Murillo.

Según esta metodología, la creación de una experiencia formativa virtual incluye las siguientes etapas:

- Definición del objetivo de aprendizaje de la propuesta.
- Formulación de los objetivos de aprendizaje por cada módulo y unidad, con criterios de secuencialidad y coherencia.
- Elaboración del listado de contenidos por unidades, teniendo en cuenta los conocimientos y habilidades que se espera sean apropiados por los estudiantes.
- Definición de criterios y mecanismos de evaluación para cada unidad.

Posteriormente, se llevó a cabo la fase de diseño, esta fase implica:

- Definición de la estrategia didáctica del curso determinando la relación entre contenidos y aprendizaje del estudiante.
- Definición de mediaciones pedagógicas, entendidas como el conjunto de actividades producto de una metodología de enseñanza desarrollada por un educador/tutor. En coherencia con el modelo pedagógico ignaciano propio de las instituciones educativas de la Compañía de Jesús toda experiencia formativa sigue una ruta de ejecución en tres niveles: contacto con la realidad, nivel de reflexión y nivel de intervención.

Estos niveles se desarrollan en cinco momentos: (1) contexto: el estudiante conoce o se acerca al objetivo de aprendizaje; (2) experiencia: se genera un vínculo afectivo con el saber; (3) reflexión: se profundiza individual o colaborativamente sobre aquello que se presenta como conocimiento; (4) acción: momento en el que se evidencia el alcance de los objetivos de aprendizaje por parte del estudiante; y (5) evaluación: seguimiento al proceso de enseñanza y aprendizaje (Pontificia Universidad Javeriana, 2018).

En cuanto a la selección de recursos para apoyar las mediaciones pedagógicas, se tuvieron en cuenta materiales y formatos necesarios para cada actividad y momento del curso (videos, imágenes, infografías, entre otros).

Elaboración de las guías de aprendizaje por cada unidad, teniendo en cuenta los cinco momentos de la pedagogía ignaciana.

Producción

Para la producción de esta experiencia, en primer lugar, se definió el concepto gráfico. Para ello, se estableció que el curso tuviera una paleta de colores alineada con la identidad visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. De este modo, los colores predominantes en la experiencia fueron el amarillo, blanco, fucsia y violeta. Además, se utilizaron ilustraciones de personas jóvenes con cuerpos alargados y extremidades anchas. Seguido a esto, se determinó el cronograma en el que se realizaron los recursos de cada módulo. Finalmente, se hizo un seguimiento al proceso de producción, validando la calidad del diseño gráfico y los recursos educativos. Una vez finalizada la fase de producción, se continuó con la implementación. Para ello, se realizó un alistamiento de la experiencia, publicando en la plataforma Brightspace todos los recursos creados para cada unidad y módulo. En estas fases se contaron con el apoyo y acompañamiento del equipo de producción de la Oficina Javevirtual – CRAI, liderado por Laura Shirley Cuesta y Daniel Felipe Corrales.

Datos de contexto y presentación del producto

Diagnóstico sobre desinformación noticiosa en estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali

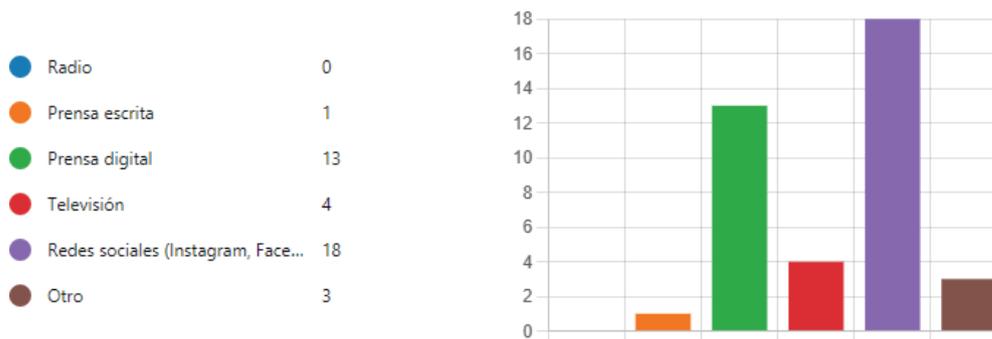
El sondeo realizado para este proyecto contó con la participación de 33 mujeres y 19 hombres, quienes son estudiantes de 16 programas de pregrado pertenecientes a todas las facultades de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y están ubicados entre el primer y tercer semestre de sus respectivos programas. Los datos recopilados durante el sondeo proporcionaron información valiosa sobre los formatos y plataformas digitales más utilizadas por los estudiantes para buscar noticias. Esta información fue fundamental para diseñar los recursos gráficos, audiovisuales y sonoros que componen el curso. Al basar el diseño en las preferencias de consumo informativo de los estudiantes, se garantiza que

los contenidos y situaciones presentadas sean relevantes, cercanos y coherentes con las tendencias actuales.

En cuanto al consumo de contenidos noticiosos, se encontró que el 75 % de los encuestados buscó noticias para informarse en la última semana. El 34,6 % se informó a través de redes sociales, el 25 % a través de prensa digital, el 7 % por prensa escrita, el 1 % por televisión y ninguno afirmó informarse por radio (ver Figura 1).

Figura 1

Medio de comunicación empleado para consultar noticias, según frecuencia



Fuente: elaboración propia.

Las plataformas digitales más empleadas para buscar noticias son Google (36,53 %) e Instagram (25 %). Esto último justifica que, en la experiencia formativa virtual diseñada para este trabajo y que se describe en el siguiente apartado, se plantee la creación de un perfil en esta red social.

Con respecto al acceso y evaluación de la información y contenidos noticiosos, se encontró que los criterios tenidos en cuenta para seleccionar un medio informativo fueron: el uso de varias fuentes informativas (testigos, expertos, instituciones) (61,53 %) y el tipo de formato en el que presentan la noticia (video, imágenes, texto) (53,84 %).

Igualmente, el 56 % de los encuestados manifiesta que siempre verifican la fecha de publicación de las noticias que escuchan, leen o ven; a veces identifican quién es el autor de la noticia (67 %) y si está calificado para hablar sobre el tema (48 %); y nunca verifican si existe información de contacto de los autores, como un editor o una dirección de correo electrónico 54 %. El 58 % de los estudiantes a veces verifica la información

de una noticia contrastándola con otras fuentes y el 50 % a veces verifica si la noticia contiene errores ortográficos o gramaticales. Algunos encuestados (46 %) siempre identifican cuál es el propósito de la información (enseñar, vender, entretener o persuadir) que consumen y a veces identifican si hay prejuicios políticos, ideológicos, culturales, religiosos, institucionales o personales en la información (48 %).

Sobre los usos de la información, el 55,76 % de los participantes suelen reaccionar cuando leen una noticia en las redes sociales que resulta de su interés, el 24 % guarda la noticia y el 18 % no hace nada al respecto. Además, el 50 % afirmó que, en el caso hipotético de recibir una noticia falsa, contrastaría con otros medios de comunicación, el 38,46 % alertaría a otros y el 34,61 % reportaría en la plataforma. Esto indica que los estudiantes sí entienden la importancia de contrastar información entre medios de comunicación; sin embargo, no se ven interesados por alertar a otros o reportar directamente a las plataformas. Adicional a esto, el 81 % confirmó que nunca ha tenido la oportunidad e intención de crear una noticia falsa. Y el 50 % manifestó que nunca ha compartido una noticia falsa.

Finalmente, el 60 % afirmó que participaría en una experiencia formativa corta (curso, seminario o taller) sobre herramientas para combatir la desinformación noticiosa, de los cuales el 46 % preferiría que sea virtual. Por esta razón, la experiencia diseñada responde a esta modalidad.

Descripción del producto

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el sondeo, la revisión de literatura y de las estrategias, así como los principios del Modelo Pedagógico Ignaciano, se diseñó *Javeinformados*, una experiencia formativa virtual para contrarrestar la desinformación noticiosa en estudiantes de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Esta propuesta integra diferentes estrategias que fueron retomadas de los antecedentes sobre proyectos e iniciativas para combatir la desinformación. De este modo, se diseñaron actividades de tipo: (I) *Competenciales*, tales como juegos y retos, que invitan a los estudiantes a poner en práctica sus competencias. (II) *Centradas en contenidos*, en donde los participantes deben evaluar noticias y tienen acceso a listas de verificación y (III) *De educación para la ciudadanía*, en particular situaciones en las que el estudiante debe reflexionar sobre su contexto y su comportamiento ante información manipulada, estereotipada, con intención de perjuicio y que promueve discursos de odio.

Javeinformados se compone de dos módulos, el primero contiene dos unidades y el segundo se desarrolla en tres. Su objetivo de aprendizaje, en coherencia con el propósito general de este trabajo, es que los estudiantes evalúen críticamente la información noticiosa a través de la conceptualización de la desinformación (ver Anexo 1), el análisis y acceso al contenido noticioso, así como la valoración y uso social de las noticias.

Los contenidos de los módulos y unidades se construyeron a partir del marco teórico, específicamente las subcategorías del concepto de *competencias mediáticas e informacionales*: acceso, evaluación y uso de la información, como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1

Módulos, unidades y contenidos de Javeinformados: experiencia formativa virtual para contrarrestar la desinformación noticiosa

Módulos	Unidades	Contenidos
Desinformación y acceso al contenido noticioso.	Unidad 1. El problema de la desinformación (conceptos y tipos).	Concepto y tipos de desinformación [noticiosa, rumor, teoría conspirativa] Industria de la desinformación. Causas y consecuencias sociales de la desinformación. La noticia: concepto y características del contenido noticioso.
	Unidad 2: Fuentes, medios y formatos de divulgación de contenido noticioso.	Fuentes de información, tipos y características. Medios de información, tipos y características. Formatos, tipos y características [redes sociales].
Selección, interpretación y uso del contenido noticioso.	Unidad 1: Selección de fuentes de información y contenidos.	Evaluación de fuentes: datos relevantes sobre la creación del contenido noticioso y datos de autoría. [quién emite la noticia, medio, nombre del periodista, ideología del medio, intereses del medio]. Evaluación de contenidos: fiabilidad, veracidad y corrección del contenido noticioso, y la razón por la cual fue creada dicha información.
	Unidad 2: Estrategias para interpretar textos.	Estrategias para interpretar textos tipos y conceptos Criterios para identificar perjuicio, engaño, manipulación, estereotipos y lenguajes de odio. Plataformas de verificación [definición y problematización sobre la manipulación de la información].
	Unidad 3: Uso y participación.	Uso del contenido noticioso. Participación y sus tipos en las redes sociales.

Fuente: elaboración propia.

Como se evidencia en la Tabla 1, el primer módulo, *desinformación y acceso al contenido noticioso*, tiene como objetivo de aprendizaje que los estudiantes comprendan el problema de la desinformación noticiosa, las fuentes, los medios y los formatos de divulgación, particularmente en las redes sociales, a través del estudio de los conceptos, sus características y tipos para reconocer los riesgos que esto implica en lo personal y social.

Este módulo tiene dos unidades. En la primera, se aborda el concepto de desinformación y el de la noticia. Para ello, se diseñó un cuestionario que contextualiza a los estudiantes en la temática, junto con dos videos animados que definen el problema de la desinformación y el concepto de noticia. Además, se incluye un documento diagramado con la tipología de la desinformación y un cuestionario para evaluar la comprensión e interiorización de los contenidos.

En la segunda unidad, se busca que los estudiantes conozcan las características y diferencias entre fuentes de información, medios de comunicación y los diversos formatos en los que se presentan los contenidos noticiosos. En esta unidad incluye imágenes que contextualizan a los estudiantes en la temática, una infografía interactiva (ver Anexo 4) que define y describe las características de las fuentes, los medios y los formatos. También se proporcionan enlaces a publicaciones del perfil de Instagram de Javeinformados que invitan a la reflexión sobre el tema. Finalmente, se presentan dos cuestionarios: el primero con un llamado a la acción y el segundo con el objetivo de evaluar la comprensión de los contenidos (ver Anexo 5).

El segundo módulo, *selección, interpretación y uso del contenido noticioso*, tiene como objetivo de aprendizaje que los estudiantes interactúen de forma responsable en redes sociales a partir de la comprensión de los criterios y estrategias de evaluación de fuentes de información y contenidos, para promover la circulación de información veraz y confiable.

El módulo consta de tres unidades. La primera tiene como objetivo que los estudiantes evalúen las fuentes de información y el contenido noticioso, considerando los conceptos de veracidad, fiabilidad y confiabilidad de la información. Para lograr este propósito, se diseñó un cuestionario para contextualizar y recoger los saberes previos de los participantes; dos videos animados en los que se explican los conceptos de veracidad, fiabilidad y confiabilidad; un documento diagramado con una lista de chequeo para evaluar fuentes de información y contenidos y un cuestionario final.

La segunda unidad busca que los estudiantes identifiquen qué es el perjuicio, el engaño, la manipulación, los estereotipos y los lenguajes de odio empleados en los medios y las

redes sociales, para promover el uso responsable del contenido noticioso. Para ello, se diseñaron podcasts, imágenes y videos que invitan a la problematización sobre cada uno de estos conceptos, un video animado en el que se define cada término, un cuestionario que invita a la acción y un cuestionario.

La tercera unidad tiene como propósito que los estudiantes utilicen responsablemente el contenido noticioso, a través del análisis de los procesos de participación e interacción en las redes sociales, para disminuir la circulación y divulgación de contenido noticioso falso en plataformas digitales. Esto se pretende lograr a través de la participación de los estudiantes en un foro publicado en el perfil de Instagram de Javeinformados, una infografía con datos sobre las posibilidades de interacción que ofrecen las redes sociales, publicaciones que invitan a la participación en Instagram, y un cuestionario final de evaluación del curso, en donde se espera recibir una retroalimentación sobre los contenidos, actividades y recursos de la experiencia.

Cabe destacar que, todos los cuestionarios de evaluación que se encuentran al final de cada unidad contienen cinco preguntas de selección múltiple con única respuesta; su calificación y retroalimentación se generará de forma automática. Además, los estudiantes no podrán avanzar de unidad hasta que aprueben el cuestionario. Por ello, tienen varias oportunidades de realización.

Finalmente, se debe mencionar que el concepto gráfico de la experiencia formativa busca transmitir, a través de las ilustraciones, tipologías y paleta de colores, una apariencia juvenil y cercana a los estudiantes. Por esa razón, se eligieron íconos, imágenes y colores coherentes con el manual de identidad visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali (ver Figura 2).

Figura 2

Portada de la experiencia formativa virtual

Fuente: elaboración propia



Conclusiones

Desde las diversas esferas sociales se evidencian las consecuencias negativas de la desinformación noticiosa (UNESCO, 2021) la cual puede constituirse en una amenaza global que puede contrarrestarse desde los contextos educativos a través de la implementación de propuestas formativas que fomenten la evaluación crítica de la información noticiosa en los entornos digitales, propiciando el desarrollo de competencias mediáticas e informacionales en estudiantes universitarios (Evanson y Sponsel, 2019).

Con respecto a la caracterización del acceso, uso y evaluación del contenido noticioso por parte de estudiantes de pregrado de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, los resultados obtenidos¹⁹ concuerdan con algunos antecedentes revisados (Soengas et al., 2019; Vasilyeva y Shilov, 2021) evidenciándose que los jóvenes tienden a informarse a través de sus redes sociales y no siempre verifican la veracidad y confiabilidad de las noticias que consumen.

Por lo anterior, se vuelve necesaria la implementación de estrategias dentro de las aulas universitarias que aporten al desarrollo de habilidades y apropiación de herramientas para el entorno digital. En este sentido, se diseñó *Javeinformados*, una propuesta formativa que busca contrarrestar la desinformación noticiosa, a partir del desarrollo de competencias mediáticas e informacionales en los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Esta propuesta conjuga diferentes herramientas revisadas en los antecedentes de este trabajo, tales como listas de chequeo, juegos, cuestionarios, entre otros.

El principal aporte de este trabajo a la Pontificia Universidad Javeriana Cali fue la contribución al desarrollo de las competencias mediáticas e informacionales, a través de experiencias formativas que impulsen a los estudiantes a implementar herramientas en contra de la desinformación noticiosa. Esto es fundamental, debido a que los jóvenes universitarios deben acceder a información de calidad, que les permita ejercer su ciudadanía con responsabilidad y conciencia social. Todos los ciudadanos tienen derecho “a informar y recibir información veraz e imparcial” (Constitución Política de Colombia, 1991; Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948; Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 1966), esto se logra a través del desarrollo de competencias que permitan evaluar de forma crítica y utilizar responsablemente los contenidos que circulan en medios de comunicación y redes sociales.

¹⁹ Cabe aclarar que los resultados del sondeo realizado no pueden generalizarse ni extrapolarse a otros contextos, dado la cantidad limitada de participantes.

Por lo anterior, se refuerza la importancia de experiencias formativas como la de *Javeinformados*, que, a través de actividades y contenidos pedagógicos, contribuyen a que en las instituciones de educación superior se promueva la toma de decisiones basadas en opiniones informadas, aspecto relevante sobre todo en coyunturas sociales, políticas y económicas.

Para la Pontificia Universidad Javeriana Cali se sugiere hacer una prueba piloto de *Javeinformados*. La continuidad de esta propuesta dependerá de la Biblioteca de la Universidad y del CRAI, instancias que se encargarán de gestionar, evaluar y actualizar este recurso.

Finalmente, a partir de este trabajo se recomienda a las universidades implementar propuestas formativas que fortalezcan la alfabetización mediática e informacional, como una vía para contrarrestar la desinformación noticiosa, brindando a los estudiantes herramientas y conocimientos para el ámbito digital al que se enfrentan diariamente.

Referencias

- Abellán, M.A. (2021). El cambio climático: negacionismo, escepticismo y desinformación. *Tabula Rasa*, 283-301. <https://doi.org/10.25058/20112742.n37.13>
- Aldaz, F. (2017). La relación de las unidades curriculares y contenidos del constructo Informática TICs, con el desarrollo y perfeccionamiento de las competencias mediáticas de los estudiantes del primer semestre de la Facultad de Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías de la Universidad Nacional de Chimborazo, período académico 2016-2017 [Tesis de maestría, Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio Institucional de la Universidad Técnica Particular de Loja <http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/handle/20.500.11962/21461>
- Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (45) 29-52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Arenas, A., Aguaded, J. y Sandoval, Y. (2022). Competencia mediática en docentes universitarios en Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 272-286. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090620>
- Barbas, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 10 (14), 157-175.

- Barriga, M. J. (2014). *De la infoxicación a la desinformación: causas y consecuencias del frenético always on*. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/33059/Libro_de_actas_Infoxicacion_navegable16.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cerdá, A., Abril, D., Mut, B. y Comas, R. (2021). Fake o no fake, esa es la cuestión: reconocimiento de la desinformación entre alumnado universitario. *Revista Prisma Social*, 34, 298–320. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4328>
- Consejo Directivo Universitario. (1992). Proyecto Educativo Institucional. *Pontificia Universidad Javeriana Cali*. https://www2.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/node/field_documents/field_document_file/proyecto_educativo_javeriana.pdf
- Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 20. 7 de julio de 1991 (Colombia).
- Declaración Universal de Derechos Humanos [DUDH]. Art. 19. 10 de diciembre de 1948 (Internacional).
- Digital Future Society. (2020). *Cómo combatir la desinformación: Estrategias de empoderamiento de la ciudadanía digital*. <https://digitalfuturesociety.com/es/report/como-combatir-la-desinformacion/>
- Elizalde-Robles, R. y Rodríguez-Hidalgo, C. (2021). Nativos digitales y desinformación: un acercamiento desde el sur de Ecuador. *Revista Tecnológica - Espol*, 33 (2), 94-108. <http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/834>
- Evanson, C. y Sponsel, J. (2019). From Syndication to Misinformation: How Undergraduate Students Engage with and Evaluate Digital News. *Communications in Information Literacy*, 13 (2), 228-250. <https://doi.org/10.15760/comminfolit.2019.13.2.6>
- Grupo de Expertos de Alto Nivel de la Comisión Europea sobre Financiamiento Sostenible. (2018). Un enfoque multidimensional de la desinformación: informe del alto nivel independiente grupo (HLEG) sobre noticias falsas y desinformación en línea. Comisión Europea. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- Gutiérrez, A. y Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar*, 19 (38), 31-39. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15823083005.pdf>
- Herrero, P., Conde, J., Tapia, A. y Varona, D. (2019). La credibilidad de las noticias en Internet: una evaluación de la información por estudiantes universitarios. *Culture and Education*, 31(2), 407-435. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1601937>

- Hoyos, C. y Murillo, A.G. (2021). Entrevista sobre proyectos de competencias mediáticas e informacionales en Universidad Javeriana Cali [Comunicación Personal].
- Juca, F. y Juca, A. (2020). La desinformación en las redes sociales y su influencia en los jóvenes del siglo XXI, una mirada desde la academia. *Universidad Metropolitana de Ecuador*. <https://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/437>
- Kapantai, E., Christopoulou, A., Berberidis, C. y Peristeras, V. (2020). A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework. *New Media & Society*, 23(3). <https://doi.org/10.1177/1461444820959296>
- López-Gil, K. y Sevillano, M. (2020). Desarrollo de competencias digitales de estudiantes universitarios en contextos informales de aprendizaje. *Education Siglo XXI*, 38, 53–78. <https://doi.org/10.6018/educatio.413141>
- McGrew, S. y Chinoy, I. (2022). Lucha contra la desinformación en la universidad: los estudiantes aprenden a buscar y evaluar información en línea a través de módulos flexibles. *Ciencias de la información y el aprendizaje*, 123 (12), 45-64. <https://doi.org/10.1108/ILS-09-2021-0081>
- Martín-Herrera, M. y Micaletto-Belda, J.P. (2021). Opiniones y actitudes de los estudiantes universitarios de Comunicación ante las fake news. Diagnóstico en un ecosistema docente. *Comunicación y hombre: Revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades*, 17, 193-206. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7744311>
- Martínez, S. y Algora, L. (2019). Lucha contra la desinformación desde las bibliotecas universitarias. *Profesional de la información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.12>
- Mayoral, J., Parratt, S., y Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodística: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 24 (2), 395- 409. <https://doi.org/10.5209/hics.66267>
- Musgrove, A., Powers, J., Rebar, L. y Musgrove, G. (2018). Real or fake? Resources for teaching college students how to identify fake news. *College & Undergraduate Libraries*, 25(3), 243-260. <https://doi.org/10.1080/10691316.2018.1480444>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S., Robertson, C. y Kleis, N. (2021). Nielsen Reuters Institute Digital News Report 2021 10TH EDITION. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
- Oficina Javevirtual. (2019). ABC Diseño de Cursos Modalidad Virtual, Cursos Virtuales, Modalidad Aula Invertida y MOOC. *Pontificia Universidad Javeriana Cali* [Documento sin publicar].

- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales [PIDESC]. Art. 19. 16 de diciembre de 1966 (Internacional).
- Pérez, C. y Velasco, A. (2020). Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, (78), 65-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7625684>
- Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2013). *Estatutos de la Universidad*. <https://www.javeriana.edu.co/recursosdb/20125/720078/Estatutos.pdf>
- Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2018). *Datos estadísticos*. <https://www.javeriana.edu.co/avanzar/datos>
- Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2021a). *Javeriana Cali en cifras*. <https://www.javerianacali.edu.co/informes-y-cifras>
- Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2021b). *Dirección de Comunicaciones*. <https://www2.javerianacali.edu.co/direccion-de-comunicaciones#gsc.tab=0>
- Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2021c). *Gestión del talento humano*. <https://javerianacali.edu.sharepoint.com/sites/gestion-talento-humano/SitePages/Bienestar-Laboral.aspx>
- Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2021d). *Planeación 50 más 50*. <https://www.javerianacali.edu.co/planeacion/50-mas-50>
- Rodríguez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Romero, L., Torres, A., Pérez, A. y Aguaded, I. (2016). Analfanautas y la cuarta pantalla: Ausencia de infodietas y de competencias mediáticas e informacionales en jóvenes universitarios latinoamericanos. *Journal of Communication*, 12, 11-25. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/129617/Analfanautas_y_la_cuarta_pantalla_ausenc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salaverría, R. (2021). Entender y combatir la desinformación sobre ciencia y salud. Ministerio de Ciencia e Innovación de España, 1-25. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/60223>
- Scheibenzuber, C., Hofer, S. y Nistor, N. (2021). Designing for fake news literacy training: A problem-based undergraduate online-course. *Computers in Human Behavior*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106796>.

- Serna Collazos, A., Hernández García, M., Sandoval-Romero, Y., y Manrique-Grisales, J. (2018). Prácticas de consumo cultural mediático en jóvenes estudiantes colombianos: Un estudio piloto. *Dixit*, 28, 22–39. <https://doi.org/10.22235/d.v0i28.1579>
- Sidorenko, P., Alonso, N. y Giacomelli, F. (2021). Espacios de verificación en TikTok. Comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación. *Revista Latina De Comunicación Social*, (79), 87-113. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1522>
- Sobral, F. y Nina, N. (2020). Información falsa en la red: la perspectiva de un grupo de estudiantes universitarios de comunicación en Portugal. *Revista Prisma Social*, 29, 172–194. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3593>
- Soengas, X., López, A. y Sixto, J. (2019). Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1056-1070. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1371/54es.html>
- Steven Wade & Julie Hornick (2018) Stop! Don't Share That Story!: Designing a Pop-Up Undergraduate Workshop on Fake News. *The Reference Librarian*, 59(4), 188-194, <https://doi.org/10.1080/02763877.2018.1498430>
- Tarullo, R. (2021). “Por Instagram y todos los días”: Repertorios informativos de estudiantes universitarios del centro de Argentina. *Dixit*, 34, 15–29. <https://doi.org/10.22235/d34.2265>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2011). *Alfabetización Mediática e Informativa Curriculum para profesores*. https://informate.campusfad.org/recursos/documentos/AMI_Unesco.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2020). Periodismo, “noticias falsas” y desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>
- Valverde, J., González, A. y Acevedo, J. (2022). Desinformación y multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura. *Comunicar*, 70, 97-110. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>
- Varela, O. (2016). Educomunicación en la pantalla: modelo para el desarrollo de videoclases. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (48), 15-32. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194245902003>
- Vasilyeva, V. y Shilov, A. (2021). *Developing Students' Skills of Identifying Reliable Scientific Sources: How to Avoid Fake Information*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3931488>

- Wade, Steven & Hornick, Julie. (2018). Stop! Don't Share That Story!: Designing a Pop-Up Undergraduate Workshop on Fake News. *The Reference Librarian*. (59). 1-7.
- Weiss, A.P., Alwan, A., García, E.P. y García, J. (2020). Encuesta de noticias falsas: evaluación de la definición fragmentada de noticias falsas de los profesores universitarios y su impacto en la enseñanza del pensamiento crítico. *Revista Internacional para la Integridad Educativa*, 16. <https://doi.org/10.1007/s40979-019-0049-x>

Anexos

Anexo A. Introducción del curso

[← Volver a Contenido](#)

Introducción

Imprimir

Introducción

Desinformación

Presentación

En medios de comunicación, redes sociales y plataformas digitales circula gran cantidad de información falsa, inexacta y engañosa. Esta problemática se conoce como "desinformación". Al realizar este curso, conocerás mucho más sobre este fenómeno y lograrás evaluar de forma crítica los contenidos noticiosos. Para cumplir con este propósito, el curso está organizado en dos módulos.

El primero, llamado **desinformación y acceso al contenido noticioso**, se compone de dos unidades, que son:

1. El problema de la desinformación, en donde reconocerás este concepto y los tipos de desinformación.
2. Fuentes, medios y formatos de divulgación de contenido noticioso, en donde lograrás caracterizar las fuentes informativas, los medios de comunicación y los tipos de formatos que existen para divulgar contenidos noticiosos.



Anexo B. Presentación tutoras

[← Volver a Contenido](#)

Datos de las tutoras

Imprimir Descargar

Conoce a tus tutoras

Mariana Cárdenas González

Comunicadora de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Magister en Comunicación Organizacional. Amante del arte y los animales. Interesada en las nuevas culturas, el mercadeo y las plataformas digitales.



Camila Marcela Chirán Melo

Psicóloga y Comunicadora de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Magister en Comunicación en las Organizaciones. Interesada en la Educomunicación y la Comunicación para el cambio social.



Anexo C. Audios

Volver a Contenido

Introducción

Imprimir Descargar

Módulo 1 Desinformación y acceso al contenido noticioso

A continuación, te invitamos a escuchar el podcast introductorio del módulo 1.



Anexo D. Infografía interactiva

FUENTES DE INFORMACIÓN

Una fuente de información es cualquier recurso (una persona, un grupo de personas, una institución, una empresa, un documento) que nos proporciona datos e información sobre un tema específico. Es el **origen** de información susceptible a ser difundida.

En el periodismo, se consideran los siguientes tipos de fuentes de información:

- Observación directa
- Personas
- Documentos
- Parainformación

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Desde la perspectiva del sociólogo Manuel Castells, los medios de comunicación son **instituciones** que tienen un papel importante en la construcción de la cultura, ya que se encargan de producir y circular mensajes. Además, pueden ser vistos como **empresas** interesadas en ganar audiencia, por lo que habitualmente son plurales y competitivas; tienen que mantener su credibilidad frente a sus competidores; y tienen ciertos límites internos para gestionar la información procedente de la profesionalidad de los periodistas.

Para este mismo autor, los medios de comunicación de masas constituyen el **espacio** en el que se ejerce el **poder**. Es decir, la prensa, la radio y la televisión contribuyen a la formación de la opinión pública que condiciona las decisiones políticas y económicas.

Es la **forma** en que se presenta la información; es el **formato** que determina...

Tipos de Medios de Comunicación

- Medios de comunicación interpersonal
- Medios de comunicación social
- Medios audiovisuales
- Medios radiofónicos
- Medios impresos
- Medios digitales

Anexo E. Actividad

Fuentes de información, medios de comunicación y formatos

A continuación, encontrarás una mezcla de fuentes de información, medios de comunicación y formatos, el reto es, arrastrar la palabra al recuadro correcto según como se corresponda... ¡Adelante!

Curso: Desinformación

Universidad Javeriana

Solución

Formatos	Medios de comunicación / Plataformas digitales	Fuentes de información
Cine	@ultimahoracol	Notis
Podcast	@Juanpignonzalez	@Juanpignonzalez
TikTok	Video	Radio
Texto escrito	Radio	Televisión
Caricatura	@Fcksnews	Atalafía de Santiago de Cali
	Instagram	