

Artículo

VII Coloquio de Investigación en Comunicación
Post Realidades

Las Fake news y las Redes sociales en el escenario de la docencia y la familia

Fake News and Social Networks in the Classroom and Family Setting

Laura Martínez Otón

Universidad Antonio de Nebrija

lmartinezot@nebrija.es

<https://orcid.org/0000-0002-2535-8282>

Cita recomendada

Martínez Otón, L. (2024). Las Fake news y las Redes sociales en el escenario de la docencia y la familia. *Invortex*, (2), 82-90

Resumen

Este trabajo explora el papel de las redes sociales en la educación y la necesidad de la alfabetización digital y mediática en las escuelas en la lucha contra la desinformación. El uso de la tecnología en el aula requiere no solo competencias tecnológicas, sino también la participación en un aprendizaje colaborativo y socialmente atractivo. La proliferación de noticias falsas, *junk news*, bulos y teorías conspiratorias a través de los medios sociales supone un reto para los educadores a la hora de enseñar pensamiento crítico y ciudadanía digital. Las redes sociales como herramientas TRIC suponen afianzar el comportamiento digital de un ciudadano analógico. La penetración de lo digital a edades cada vez más tempranas, los altos consumos y la escasa formación mediática, crean un caldo de cultivo pernicioso para los estudiantes de hoy, masa crítica social de mañana. Los alumnos necesitan respuestas formativas que partan del personal docente desarrollado en la multidireccionalidad. A la vez, este trabajo cruza estudios para examinar y analizar el estado de la alfabetización digital entre estudiantes y profesores, a la vez que explora el potencial de los medios sociales como herramientas para combatir la desinformación en el aula. El análisis pretende considerar y revisar las bases para que las políticas educativas y la formación curricular garanticen el éxito de la implantación de la educación en alfabetización digital y mediática.

Palabras clave: alfabetización digital, redes sociales, docencia, desinformación, *fake news*

Abstract

This paper explores the role of social media in education and the need for digital and media literacy in schools. The use of technology in the classroom requires not only technological competencies but also engagement in collaborative and socially engaging learning. The proliferation of fake news, junk news, hoaxes and conspiracy theories through social media poses a challenge for educators in teaching critical thinking and digital citizenship. Social networks as a TRIC tools are a way to reinforce the digital behavior of an analogic citizen. The penetration of digital at increasingly younger ages, high consumption and poor media training create a pernicious breeding ground for students of today, social critical mass of tomorrow. Students need formative responses that start from the teaching staff in turn develop in multidirectionality. At the same time, this paper is a cross-study to examine and analyze the state of digital literacy among students and teachers and also explores the potential of social media as tools to combat misinformation in the classroom. The analysis aims to consider and review the foundations for educational policies and curricular training to ensure the successful implementation of digital and media literacy education.

Keywords: digital literacy, social networks, teaching, disinformation, *fake news*

Introducción

Las redes sociales en el escenario de la docencia hacen converger en el aula aspectos de socialización y aprendizaje en la era digital. El hombre, social por naturaleza, abraza las plataformas de interacción humana que han cambiado la forma de entender las relaciones y, por lo tanto, el trato antropológico con el mundo. Si las primeras tablillas de escritura cuneiforme en Mesopotamia fueron fruto de la necesidad de dejar por escrito las actividades comerciales de una civilización, cinco mil años después la necesidad de un *me gusta* instaura la cultura del proselitismo como acción inocua que garantiza en un clic la entrada a raudales de información

jugosa para segmentar a cada usuario y diseñar un algoritmo (Pérez-Escoda y Dans, 2021). Son las actividades comerciales como las sumerias, las que pasan del labrado del barro al código binario, creando un botón que cambia la forma de apuntalar nuestra identidad con fines también comerciales.

Se hace necesaria la alfabetización digital y mediática en convivencia con la analógica. Como se ha demostrado, ese código puede cambiar gobiernos, destruir democracias y justificar guerras. Un botón que marca la diferencia entre la salud y la enfermedad. No cabe solo preocuparse por el botón, sino por el humanismo digital que debe formar a aquellos que harán uso de él.

Las redes sociales son Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación, también denominadas como TRIC. Implementarlas en el aula, incorporarlas al escenario de la docencia, no solo pasa por capacitar a los alumnos en competencias tecnológicas, sino hacerles partícipes de un aprendizaje colaborativo y socialmente participativo; implica una interacción crítica que sepa manejarse con una identidad digital que se sostenga en compromiso cívico y ciudadano (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2023).

Las redes sociales se han convertido en la puerta de entrada de la desinformación. Suponen la pasarela para la proliferación de las *fake news*, los bulos, las *junk news*, contenidos extremistas, sensacionalistas y conspirativos que generan confusión y que proliferan masivamente (Herrero y Ríos, 2023). Son el canal para el *bullshit* o engaño a través del dato, el caldo de cultivo para el *paltering*: mentir utilizando la verdad, diciendo cosas que no son técnicamente falsas (Bergstrom y West, 2021).

Aunque la desinformación es un problema generalizado, los más jóvenes por su dieta mediática y digital en términos de tiempo de consumo, son los que más expuestos están a ella (Pérez-Escoda, 2022). Prensky los llamó *nativos digitales* a aquellos nacidos entre 1980 y mediados de 2000, quienes poseen en sus manos la herramienta de comunicación por excelencia, el *smartphone* a edades cada vez más tempranas: a los 11 años disponen de él cinco de cada diez menores (INE, 2023). Sin embargo, el haber nacido en un entorno digital “no decide la disposición de destrezas expresivas, axiológicas, estéticas, sociales cognitivas, informacionales para gestionar la información, las identidades digitales y los avatares desde una construcción positiva y holística de la vida” (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2023, p. 28).

La mentira se ha situado en el centro del mercantilismo de la sociedad digital a través de una infodemia generalizada. La palabra infodemia la pronunció por primera vez el 31 de marzo de 2021, Thedros Adhanom, director general de la OMS, para dibujar un escenario de desinformación contagioso, peligroso y de rápida propagación como la pandemia. Una gran cantidad de información que “dificulta enormemente el diálogo para encontrar la solución” (Martínez Otón, 2022, p. 37). Se percibe, a tenor de los estudios, una sociedad instalada en esa infodemia cómoda que se agranda mucho más dentro de la era de la posverdad, fechada en 1992. En ese año es la primera vez que aparece el término en la revista *Nation*, cuando Steve Tesich se refería a casos polémicos en la política estadounidense como el Watergate o la guerra de Vietnam, sobre los que el gobierno había mentido deliberadamente y la sociedad se situaba cómodamente sin enfrentarse a la verdad (Rodríguez Fernández, 2019).

Este trabajo recoge, a través de una metodología cualitativa observacional y de análisis, algunos de los diferentes estudios que actualmente indican el escenario en el que se encuentra la escuela y los que la forman: docentes, alumnos y, de manera transversal, las familias. Se intenta demostrar la hipótesis que confirme la necesidad de la alfabetización mediática y digital de las escuelas. Es necesario llegar a los alumnos de educación primaria, secundaria y bachillerato (de los 6 a los 18 años), sin perder de vista a los alumnos de educación superior (de 18 años en adelante), para apuntalar una sociedad crítica. Se pretende comprobar si las TRIC con las redes sociales en el centro de las actividades, si son una herramienta para poder combatir las *fake news* desde el aula, contando también con todos los actores en la docencia.

A través de los análisis abordados en los diferentes estudios, se pretende conocer en qué punto de la alfabetización digital se encuentran alumnos y profesores. Un estado de la cuestión conjunto permitirá crear la base de políticas educativas curriculares con formaciones en la misma dirección, garantizando la implementación de las mismas.

Diferentes escenarios para las redes sociales

El 4 de febrero de 2004 nació la red social Facebook como lugar de encuentro para crear relaciones entre los estudiantes de la universidad de Harvard. En 24 horas, el éxito de la red fue de más de 1,200 suscriptores, pero no permitía augurar

que se convertiría en unos años en lugar de encuentro para más de 3 mil millones de personas conectadas. Veinte años más tarde, se ha convertido en la más influyente con 3,049 millones de usuarios en todo el mundo (Digital Report 2024) a pesar de no ser la primera red social en aparecer, título que ostenta Six Degrees en 1997.

El equipo directivo a la cabeza con Zuckerberg, su fundador, lleva un tiempo trabajando en recuperarse de una crisis de reputación que comenzó con las denuncias de antiguos trabajadores como Sophie Zang y Frances Haugen (Barry, 2021; Mac y Kang, 2021) quienes, ante los parlamentos de todo el mundo y los medios de gran repercusión internacional, acusaban a la empresa de bancarrota moral por la forma en que estaban tratando los datos de los usuarios, cómo se manipulaban discursos políticos y cómo se creaban burbujas sociales que dañan a los adolescentes. La empresa claramente anteponía el bienestar de la empresa frente a la seguridad de los usuarios, según los datos aportados por estas extrabajadoras.

La realidad es que, a pesar de los envites de credibilidad, en 2024, veinte años después de ese 4 de febrero, Meta podría ser una nación si se lo propusiera. A riesgo de sobre-simplificar, para ser un país hace falta territorio, población, ingresos, moneda y filosofía de gobernanza, además de recibir el reconocimiento por los organismos oficiales. Los ingresos de Meta en 2023 fueron de 134,902 millones de dólares, con un crecimiento del 16% con respecto a 2022. Ganó 39,098 millones de dólares en 2023, un 69% más que el año anterior, con lo cual ha aumentado su valor en bolsa un 15% (Jiménez, 2024). Estas cifras son superiores a los PIB de muchos países del mundo. Meta dispone de un territorio de más de 500 hectáreas en Kauai, una isla que adquirió del archipiélago de Hawái donde, según algunos medios, dispone ya de construcciones incluyendo un gran búnker. Meta ha desarrollado su propia moneda en el metaverso y dispone de más de 3 mil millones de ciudadanos que comparten buena parte de su intimidad en Facebook, más de 2,400 millones en Instagram y más de 2,000 millones en WhatsApp a través de una política de privacidad que deja en manos de los gestores de la red social lo que aporta al grupo, pero del cual recibe contenido, alimentando una identidad nacional que apuntala el sentido de pertenencia. A Zuckerberg se le acusa de ir en contra de su propio país, la propia Hillary Clinton en privado lo definió como uno de los hombres más autoritarios del mundo. La realidad es que el plan de despidos y la in-

versión en IA para mejorar los sistemas de recomendación y clasificación, a juzgar por esos datos, ha surtido grandes efectos.

Sin embargo, la fiesta de los números no coincide con el luto de su credibilidad en un sector de la población: los públicos más vulnerables. El 31 de enero de 2024, a punto de celebrar el cumpleaños de su primera red social, Zuckerberg se levantó en el Senado de los Estados Unidos y pidió perdón a los padres de adolescentes que le acusaban de que sus redes sociales en Meta -Facebook, Instagram y WhatsApp- entre otras, habían convertido a sus hijos en víctimas de abusos sexuales. Zuckerberg acudió a la más alta institución de su país a dar la cara como máximo responsable de la empresa, algo que no hicieron los directivos más conocidos de X, TikTok, Snap o Discord. El acusado se giró, miró a la cara de los progenitores de sus supuestas víctimas y les pidió perdón, no sin antes dejar claro que un informe de las Academias Nacionales de Ciencias no apoyaba la conclusión de que las redes sociales causarían cambios en la salud mental de los adolescentes. Los propios senadores, como el republicano Lindsey Graham, acusaron a Zuckerberg directamente de tener las manos manchadas de sangre ya que sus redes sociales son productos peligrosos que destruyen vidas y amenazan la propia democracia. La pregunta que cabe hacernos es por qué hemos llegado a este punto de difícil retorno: uno de los empresarios más poderosos e influyentes del mundo justificando su herramienta de socialización ante las directas acusaciones parentales.

TikTok, con 150 millones de usuarios solo en Estados Unidos, es otra de las redes con más penetración en el target más joven. Esta red tampoco pasa por el mejor momento de popularidad, pues el 13 de marzo de 2024 la Cámara de Representantes de Estados Unidos dio los primeros pasos para prohibir esta red, por considerarla “una amenaza para la seguridad nacional” (Euronews, 2024, párr. 1). Ya en diferentes naciones se había prohibido su uso en dispositivos de funcionarios públicos o dispositivos gubernamentales, es el caso de Bélgica, Francia, Reino Unido, Letonia, Dinamarca, Australia o Nueva Zelanda, entre otros. Todos los casos apuntan hacia la sospecha de obtención de datos con fines de espionaje para esta empresa de propiedad china.

Cabe reconocer lo que son las redes sociales: plataformas mercantilizadas de socialización. Entender cómo funcionan debería permitir replantearse el uso que hacemos de ellas, deberíamos aprovecharnos de sus beneficios y erradicar

las malas prácticas (Pérez-Escoda, 2022). La socialización en redes tiene beneficios contrastados para mejorar el aprendizaje, crear redes de conocimiento, intercambio de ideas y mejorar la comunicación interpersonal. Las redes sociales, como lo es Internet, deben ser un escenario para la promoción de la salud donde se promueva la participación social (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2023).

En los últimos tiempos el debate para combatir la supuesta perversión de las redes es la prohibición. Existe un debate global por controlar los dispositivos de acceso de los menores de edades comprendidas entre los 12 y 18 años mientras no están con sus progenitores en las escuelas. Países del entorno europeo han prohibido por ley el uso del móvil en las escuelas: Italia desde 2007, Francia, Suecia, Luxemburgo y Portugal desde 2018. Algunos estados de Australia y distritos de Estados Unidos se han incorporado a la prohibición. En España la comisión permanente del Consejo Escolar del Estado ha aprobado la propuesta de prohibir los móviles en los colegios en Infantil y Primaria y solo autorizar su uso en secundaria bajo supervisión de un docente. La realidad es que, aunque la UNESCO (2023) pide que se regule su uso, también considera que el impacto de la prohibición en sí misma no es una solución. Esta postura queda enfrentada al ejercicio educativo de alfabetización digital y mediática que impulsan organismos, instituciones y gobiernos de todo el mundo, sabedores de que el actual escenario con las redes sociales no se frena con su prohibición.

La desinformación en los social media

El concepto de *fake news* se colocó en el foco mediático cuando en 2016 el recién elegido presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, empezó a acusar a los medios de comunicación de mentir intencionadamente en torno a su campaña electoral. Los medios advirtieron de un apoyo externo de desinformación contra Hillary Clinton, la otra candidata, lo cual la llevó a su derrota. Más de 30 millones de impactos recibieron las noticias falsas -con apoyo de intereses rusos- que favorecían a Trump, llegando a un tercio de la población.

Las *fake news*, o noticias falsas, son un apoyo más a la desinformación, la cual es definida por la Unión Europea como: “información falsa creada y difundida deliberadamente para influir en la opinión pública u ocultar la verdad” (European Commission, 2018, párr. 2). Sin embargo, se ha dem-

ostrado que los bulos, los memes y las campañas de opinión o publicidad a través de las redes sociales son parte de este proceso de *inofxicación* o infodemia. Los términos anteriores son neologismos acuñados tras la crisis de la COVID-19 por la OMS (2020) para referirse a un exceso de información, una proliferación de datos que dificulta el discernimiento. A un ciudadano le es imposible realizar un trabajo de verificación porque no hay un patrón que permita detectar la mentira con facilidad (Pérez-Escoda, Ortega-Fernández y Pedrero-Esteban, 2022). Los *fact-checkers* o verificadores se han convertido en necesarios para la sociedad de la comunicación, al igual que la detección de un *clickbait* o titular cebado para entrar en una información que no resulta aportar lo que promete.

El escenario de desinformación tras la crisis del COVID-19, unido a la pérdida de credibilidad de los medios en plena pandemia, han impulsado la preponderancia de las redes sociales en el discurso mediático. Las redes son las herramientas de información para un alto porcentaje de la sociedad, y, sobre todo, para el target sobre el que nos centramos, jóvenes en formación. Cabe señalar que el 56% de los ciudadanos entre 18 y 44 años en España se informa a través de las redes sociales y se encuentra un alto porcentaje, del 37%, que ni se informa ni le preocupa la desinformación (Digital Report, 2023), sin embargo, según el último Eurobarómetro (2023) el 83% de los españoles reconocen que la desinformación es una preocupación para ellos.

Metodología

El objetivo principal de este artículo es abogar por una estrategia consensuada para incorporar las redes sociales al escenario de la docencia en la lucha contra la desinformación. Para ello se ha abordado otro objetivo complementario que pasa por analizar el campo teórico y el estado de la cuestión para sistematizar sobre cómo las redes pueden convertirse a través de la alfabetización digital, en aliadas que permitan combatir las *fake news*.

La hipótesis de partida pasa por establecer el supuesto de que las redes sociales pueden ser la mejor manera de crear una conciencia social a través de una masa crítica, con criterio para desenmascarar la desinformación. A través de una metodología cualitativa del análisis documental y de contenido, se ha procedido a un volcado bibliográfico sobre los

dos temas principales: las redes sociales y la desinformación. Se han comparado diferentes y recientes estudios sobre alfabetización mediática y digital en entornos educativos, así como estudios sobre la desinformación en entornos universitarios, creando una relación de conceptos e ideas que permitan trabajar en el futuro en estrategias docentes para cumplir el objetivo principal.

Entre los estudios analizados y comparados destacan varias investigaciones que analizan a través de una metodología cuantitativa de tipo descriptiva, datos que permiten poner en práctica el proyecto MILCLICKS (*Media and Information Literacy y Critical-thinking, Creativity, Literacy, Inter-cultural, Citizenship, Knowledge and Sustainability*) impulsado por la UNESCO en 2016, con el objetivo de alfabetizar digitalmente en el uso de las redes para combatir la desinformación en entornos educativos. Estas investigaciones permiten, a través del cruce de variables tras el muestreo por conveniencia, aleatorio y no probabilístico, llegar a conclusiones con datos recogidos en el curso 2021-2022, los cuales hacen referencia a la identidad digital, las redes sociales, las *fake news*, la era de la posverdad, el clicbait o filtro burbuja entre otros constructos.

Los resultados comparados y complementados servirán para, en primer lugar, recomendar una estrategia de trabajo desde las aulas que permita crear entornos educativos para la lucha contra las *fake news*, y en definitiva, contra la desinformación. La propuesta servirá para entornos educativos de manera global, independientemente de sus políticas educativas y de los avances tecnológicos de los que se dispongan. En segundo lugar, servirán para fomentar un desarrollo formativo con las redes sociales como aliadas y no como enemigas del desarrollo intelectual en el ámbito de la docencia. Los estudios consultados están avalados por una metodología cuantitativa basada en la creación de cuestionarios *ad hoc* (Pérez-Escoda, Ortega-Fernández y Pedrero-Esteban, 2022), con los cuales se permite tener un diagnóstico de los problemas, para así generar soluciones.

Resultados

La percepción que la población internauta tiene de la tecnología se debate entre los beneficios y los peligros. Se vislumbran los riesgos fruto de la sobreexposición de los menores, aunque se reconocen los beneficios. Y eso lleva

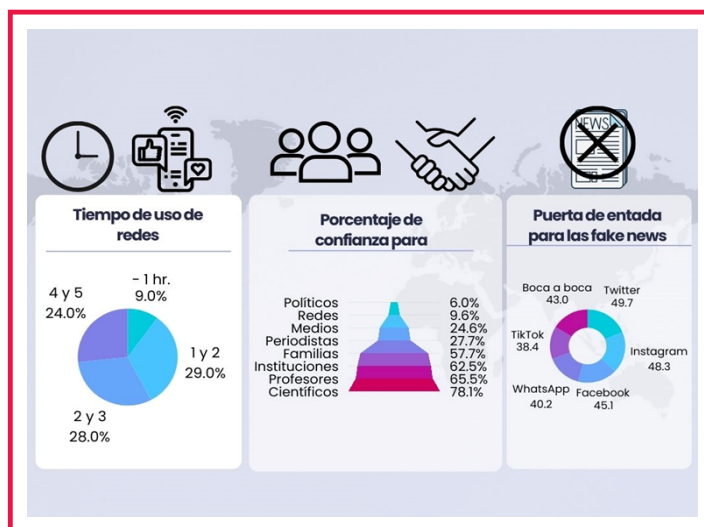
a solicitar responsabilidad en la prevención de efectos no deseados a las compañías de redes sociales. A la Administración Pública se le reclama regulación y control a través de legislaciones específicas sobre el uso de las redes. Los medios de comunicación son vistos también como mediadores en el uso responsable de las tecnologías (ONTSI, 2022).

Si en el contexto analizado todo indica que existe un problema social, en el target de los públicos más vulnerables se ha observado que en Europa contamos con una población infantil hiperconectada desde los 7 años, de forma intensificada a partir de los 10 y generalizada a partir de los 13 años, y que esta predisposición hacia las pantallas se fragua desde infantil. Es aquí cuando los padres tienen una responsabilidad directa, puesto que son los primeros responsables de la introducción de los menores en la vida digital, ya que las primeras experiencias de uso se producen en el contexto familiar con las pantallas de los progenitores (Torrecillas et al., 2020).

La formación en el aula de los estudiantes mayores no se produce convenientemente ya que el contexto universitario de grado y postgrado se presenta como un lugar necesitado de aprendizaje a juzgar por los datos del programa MILCLICKS que a lo largo de sucesivas investigaciones ha dibujado un escenario firme en el que moverse. Entre los alumnos de grado y posgrado que forman la muestra, más del 80% se considera informado, el 57% no cree que esté desinformado, el 61% cree que tiene demasiada información y el 74% es consciente de que está mal informado, con información no contrastada (Pérez-Escoda, Ortega-Fernández y Pedrero-Esteban, 2022). Podemos decir que una gran mayoría es conocedora del problema, y como el estudio indica, desconocen conceptos que les podrían servir para discernir entre la verdad y la mentira porque se erigen como fenómenos en torno a la desinformación. Más de la mitad no han oído hablar nada de *clickbait*, un 44,8% no sabe lo que es la posverdad y un 33.5% desconoce el concepto *infoxicación*. Un 52% no sabe lo que es la infodemia. Con este escenario de carencias, el 70% apunta que necesita ayuda para usar las redes sociales. De este estudio también se desprende que, a pesar de sus insuficiencias, más de un 60% consume, comparte y comenta contenido, es decir, son sujetos activos en esas redes. Los participantes son conscientes de que necesitan las redes en el ámbito personal (40.7%), profesional (79.4%) y académico (68.2%).

La recogida de esos datos sometidos a otra investigación (Pérez-Escoda et al., 2024) ponen de manifiesto que para dos de cada diez encuestados la identidad digital tiene máxima importancia. Como se puede ver en la Imagen 1, el 80% dedica entre dos y cinco horas al día a las redes sociales, siendo WhatsApp, Instagram y TikTok las más utilizadas. Twitter e Instagram se perciben como una puerta de entrada bastante frecuente para las *fake news* (49.7% y 48.3%), seguidas de Facebook 45.1%, WhatsApp 40.2% y TikTok 38.4%. Es bastante frecuente que el boca a boca analógico sea una manera de distribuir las noticias falsas, pues el 43% así lo cree.

Imagen 1: Resumen de resultados



Fuente: Elaboración propia con datos de Pérez-Escoda et al., 2024 y Martínez Otón et al., 2023

Los medios de comunicación y los periodistas han perdido la confianza de los encuestados (Imagen 1), para algo más de la mitad (52,3%) reciben un aprobado. Los profesores son quienes más confianza suscitan a la hora de compartir información (65,5%), seguidos de los científicos (78,1%), familiares y amigos (57,7%), instituciones (62,5%) y políticos (6%). Las redes sociales solo generan "bastante confianza" a un 9,6%.

Lo relevante de los datos pasa también por demostrar que no existe diferencia entre alumnos de grado y postgrado a la hora de opinar sobre el proyecto MILCLICKS de la UNESCO, el cual defiende que los medios sociales ayudan en el

desarrollo de los derechos de los ciudadanos, la educación, el clic inteligente, la ética y el diálogo intercultural entre otros.

Discusiones y conclusiones

La diferente literatura académica y los resultados del estudio adherido al proyecto MILCLICKS de la UNESCO, ponen de manifiesto que nos encontramos en un escenario propicio para impulsar la alfabetización digital a través del uso de las redes sociales en escenarios docentes. Con una alta penetración de los dispositivos móviles a edades cada vez más tempranas, el objetivo es la formación. Por un lado, los alumnos universitarios demuestran que las redes sociales son las herramientas más utilizadas para la información porque, por tiempo y por uso, suponen el plato principal de su menú digital. A pesar de todo, no confían en ellas y, sobre todo, se han dado cuenta de las carencias que tienen en torno a la desinformación.

Esto no significa que las redes sociales tengan que utilizarse constantemente en el aula, sino que la formación en torno a ellas puede crear dinámicas de trabajo en todas las asignaturas de manera indirecta, se pueden relacionar con la información, leyendo, escuchando o viendo recursos en cualquier lengua de aprendizaje para el alumno. Los centros deben crear planes a la medida que refuercen su actividad curricular, asesorados por profesionales de la alfabetización mediática y digital, para entender quién está detrás de las redes sociales, aprender sobre el uso de herramientas como los *bots* en las campañas de desinformación, conocer cómo operan los medios de comunicación, investigar sobre la verificación de noticias en forma de texto, audio o imagen, investigar las fuentes bibliográficas para formar su criterio, y hacerlo con el lenguaje audiovisual por el que ellos se interesan (vídeos, podcasts, hilos etc.).

Son muchos los foros en los que se ha debatido la necesidad de nuevas respuestas formativas para los perfiles docentes (New London Group, 1996), los cuales no solo pueden ver en la digitalización una inmersión tecnológica, sino un humanismo digital. En esta línea cabe destacar la investigación y el trabajo académico que se está llevando a cabo a través de diferentes proyectos universitarios europeos como *WISE-ME: The right use of social media to face dis-*

information and fake news en la Universidad Nebrija entre otras, que desemboca en la creación de materiales formativos para alumnos de educación secundaria y bachillerato.

Se ha comprobado que cuando a un grupo de alumnos se les realiza el pretest para saber su nivel de alfabetización mediática, se crea una conciencia de interés por lo que se les está preguntando, abriendo un diálogo sobre los conceptos que desconocen y los problemas en los que desembocan. La puesta en marcha de esta actividad en cualquier asignatura permite enfocar el trabajo del profesor en fomentar la identidad digital en relación con la materia, crear contenidos *ad hoc* para el uso de las redes sociales, aprender comportamientos en redes a la vez que se genera una identidad digital, desarrollar el pensamiento crítico con la creación de hilos en X, aumentar el *networking* siguiendo perfiles interesantes, fomentar la detección de *fake news* y crear un debate constructivo en torno a la materia o afianzar los procesos de verificación. El análisis de noticias sobre salud mental y redes sociales que se publican en los medios con bastante asiduidad, puede ser utilizadas como materiales para la reflexión y el criterio en el aula. Este aprendizaje se puede adaptar a las diferentes políticas educativas, independientemente de la zona y el país, y de los avances tecnológicos de los que dispongan.

Mientras que se perciben las redes sociales como distractores del aprendizaje en el aula, se demuestra que son como “puente con el mundo cultural y social, y sus prácticas de escritura es estos espacios, desarrolladas junto con recursos audiovisuales y habilidades multimodales e interactivas, también les permiten establecer lazos sociales y configurar sus identidades en un entorno participativo” (Saez, 2022).

Con un escenario en el que la Inteligencia Artificial lo inunda todo, y el metaverso amenaza con irrumpir, es necesario intervenir para no asistir a una generación sin criterio porque no se ha trabajado con ellos convenientemente. Es necesaria una política educativa conjunta liderada por los gobiernos de los países, con objetivos comunes en la región que se puedan alcanzar compartiendo materiales similares que permitan a docentes y familias ir con la inteligencia natural en la misma dirección. Los docentes, lo hemos visto, son los verdaderos *influencers* para los alumnos, una oportunidad para que, aunque haya gente dispuesta a la manipulación, exista una mayoría que no lo permita.

Referencias

- Barry, E. (18 de octubre de 2021). *Another Facebook Whistleblower just testified in the British parliament. Her's what to know about her allegations*. Time. <https://time.com/6107835/sophie-zhang-facebook-testimony/>
- Bergstrom, C.T. y West, J.D. (2022). *Bullshit: Contra la charlatanería. Ser escéptico en un mundo basado en los datos*. Editorial Capitán Swing.
- Herrero, M., y Ríos, C. (2023). Construcción de un escenario para la posverdad: redes sociales y desinformación. En J. Rubio (Ed.), *Redes Sociales, ¿El quinto poder?: una aproximación por ámbitos al fenómeno que ha transformado la comunicación pública y privada* (pp. 79-94). Tirant Humanidades.
- Instituto Nacional de Estadística, INE (2023). *Equipamiento y uso de TIC en los hogares*. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608
- Digital Report (2024). *Global overview report. We are Social*. <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024/>
- Euronews (13 de marzo de 2024). *Estados Unidos teme que la actual estructura de propiedad de la compañía podría ser una amenaza a la seguridad nacional*. Euronews. <https://es.euronews.com/business/2024/03/13/el-congreso-de-eeuu-da-el-primer-paso-para-prohibir-tiktok-a-nivel-nacional>
- European Commission, (26 de abril de 2018). *Factsheet on Tackling online disinformation*. European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/factsheet-tackling-online-disinformation>
- Jiménez M., (1 de febrero de 2024). *Meta se dispara en Bolsa tras batir su récord de beneficios y empezar a pagar dividendo*. El País. <https://elpais.com/economia/2024-02-01/meta-bate-su-record-de-beneficios-con-un-fuerte-crecimiento-en-su-ano-de-la-austeridad.html>
- Mac, R. y Kang C., (3 de octubre de 2021). *Whistle-Blower Says Facebook 'Chooses Profits Over Safety'*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/10/03/technology/whistle-blower-facebook-frances-haugen.html>
- Marta-Lazo, C. y Gabelas-Barroso, J.A. (2023). *Diálogos Posdigitales. Las Tric como medio para la transformación social*. Gedisa.
- Martínez Otón, L. (2022). *Las fake news y las redes sociales en el escenario de la docencia: Manual para mejorar la alfabetización digital en entornos educativos*. PPC, Colección Educar Práctico.
- Martínez-Otón, L., Borau-Boira, E., Llovet, C., & Pérez-Escoda, A. (2023). Alfabetización digital y redes sociales como espacios de aprendizaje para combatir la desinformación. *XV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*.
- New London Group. (1996). A pedagogy of multiliteracies: designing social futures. *Harvard Educational Review*, 66 (1), 1-29
- ONTSI, (2022). *Beneficios y riesgos del uso de Internet y las redes sociales*. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.
- Pérez-Escoda, A., Llovet, C., Borau-Boira, E., y Martínez-Otón, L. (2024). Alfabetización digital, redes, y fake news: percepciones entre universitarios. *index.Comunicación*, 14(2), 137-164.
- Pérez-Escoda, A., Ortega-Fernández, E. y Pedrero-Esteban, L. M. (2022). Alfabetización digital para combatir las fake news: Estrategias y carencias entre los/as universitarios/as. *Revista Prisma Social*, 38, 221-243.
- Pérez-Escoda, A. (2022). Infodemic and fake news turning shift for media: distrust among university students. *Information*. 13 (11), 523. <https://doi.org/10.3390/info13110523>
- Pérez-Escoda, A., y Dans, E. (2021). La interacción social como mercancía: redes sociales y plataformas. En J. Rubio (Ed.), *Redes Sociales, ¿El quinto poder?: una aproximación por ámbitos al fenómeno que ha transformado la comunicación pública y privada* (pp. 23-40). Tirant Humanidades.
- Rodríguez Fernández, L. (2019) Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *El profesional de la Información* 28, (3), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.06>
- Saez, V. (2022) Jóvenes escritura literaria y redes sociales. Algo Real donde todo es fingido. *TELOS*, (120), 62-67.
- Torrecillas-Lacave, T., Vázquez-Barrio, T., Suárez, R. y Fernández-Martínez, L. M. (2020). El papel de los padres en el comportamiento online de menores hiperconectados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 121-148. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1419>

UNESCO. (2023). *Global education monitoring report, 2023: technology in education: a tool on whose terms?* UNESCO <https://doi.org/10.54676/UZQV8501>