


**Profesorado Universitario para la Educación**

**Secundaria y Superior**

# “Educar en tiempos de *fake news*: desafíos y herramientas en la escuela secundaria”.

**Profesor: Jorge Sánchez**

**Alumna: Yanina Chalup**

**Año 2025**

**Resumen.**

La presente investigación analiza el abordaje de las noticias falsas en el nivel secundario, centrándose en instituciones del oeste de Gran Buenos Aires (públicas y privadas). En un contexto donde la exposición a redes sociales y la desinformación son protagonistas se pone en evidencia la importancia del rol docente y de la educación en el desarrollo del pensamiento crítico y la alfabetización mediática. El estudio busca identificar los recursos didácticos disponibles, evaluar su eficacia y proponer mejoras que fortalezcan las herramientas pedagógicas para enfrentar la problemática de las fake news. El objetivo es aportar a la formación de estudiantes capaces de consumir información de manera crítica y responsable.

**Palabras clave.**

Fake news. Noticias falsas. Desinformación. Consumo responsable de información. Alfabetización mediática. Pensamiento crítico. Educación secundaria. Redes sociales. Recursos educativos.

**índice.**

Introducción…… 4

Antecedentes…….. 6

Marco teórico…… 10

Capítulo 1. La escuela secundaria en Argentina……. 10

Capítulo 2. Orientación en Comunicación…… 12

Capítulo 3. Las noticias falsas o fake news…… 15

Trabajo de campo…… 25

Conclusión…… 34

Bibliografía…… 36

## Introducción.

### Tema.

Analizar la problemática de las noticias falsas o *fake news* en la educación secundaria en Zona Oeste, Gran Buenos Aires. ¿Cuentan con herramientas los docentes? ¿De qué manera lo trabajan?

### Pregunta problema.

¿Se está abordando la problemática de las noticias falsas o fake news en el aula en escuelas secundarias con orientación en Comunicación de la Zona Oeste de Gran Buenos Aires?

### Objetivo General.

Conocer si los docentes del nivel secundario cuentan con recursos para abordar el problema de las noticias falsas o fake news.

### Justificación.

Las noticias falsas no son para nada un fenómeno nuevo, pero su divulgación en el contexto actual ha incrementado la preocupación por la calidad de la información que consumen los jóvenes. Con un acceso casi universal a Internet y, principalmente, a redes sociales, los estudiantes se encuentran expuestos a un caudal de información que no siempre es veraz.

Sin duda las fake news están teniendo su auge en la era digital, y el resultado se traduce en una creciente desinformación que afecta a la sociedad en general, pero especialmente a los jóvenes. Es acá donde es importante resaltar el papel fundamental de la educación en la formación de ciudadanos que razonen, por este motivo las escuelas secundarias se vuelven espacios clave para enseñar habilidades de pensamiento crítico y alfabetización mediática.

Esta investigación se propone conocer y analizar los diferentes recursos con los que cuentan los docentes del nivel secundario del oeste del conurbano de Buenos Aires, para abordar la problemática de las noticias falsas. El desafío es poder evaluar e identificar necesidades y carencias al momento de explicar el tema, así como también evidenciar las oportunidades de mejora que puedan enriquecer la manera en que se plantea el tema en el aula.

En un presente donde los algoritmos toman cada vez más decisiones, sesgando la información, la educación debe empoderar a los estudiantes bajo la urgente necesidad de implementar estrategias educativas que les permitan discernir entre información fiable y falsa. Es en este punto donde se pondrá el foco de la investigación: las herramientas. ¿Sirven para dotar a los estudiantes con instrumentos que le permitan ser críticos a la hora de analizar y evaluar la información?

Esta investigación se propone evidenciar aquellos recursos positivos que colaboren con la elaboración de un programa educativo que prepare a los alumnos en habilidades de alfabetización mediática, con el foco en la identificación de fake news, para que desde su lugar puedan ayudar a combatir la desinformación y fomentar un consumo responsable de la información.

Abordando este tema desde un enfoque académico, se buscará sumar al conjunto de estudios que buscan combatir la desinformación en nuestra sociedad, especialmente educando a las nuevas generaciones para que sean ciudadanos más críticos y responsables, capaces de reconocer la seriedad de difundir noticias falsas.

**Antecedentes.**

Se detallarán a continuación dos investigaciones relacionadas con el objetivo de este trabajo, y además se expondrán algunos datos recaudados en una exposición audiovisual ligada a la problemática de las noticias falsas.

En primer lugar, Teba "Educando al homo digitalis: el papel de la educación y del DigComEdu para paliar los efectos de los algoritmos, las fake news, la polarización y falta de pensamiento crítico"[1], donde la autora española realiza un exhaustivo análisis de las nuevas generaciones nacidas en una era donde "la tecnología y las redes sociales están omnipresentes y donde los algoritmos toman cada vez más decisiones o sesgan sus percepciones. El impacto que la hiperconexión y la corporeización de las tecnologías tiene en sus vidas alcanza diversos grados, dependiendo de la generación a la que pertenezcan, pero puede causar serias disfunciones psicológicas, relacionales y dilemas éticos".

La docente de la Universidad Camilo José Cela de Madrid plantea el interrogante sobre el papel que debe tener la educación en este escenario tan complejo, pero además pone el foco en el rol y formación permanente de los docentes.

Desde su trabajo plantea que en los últimos tres años la educación a nivel mundial fue tomando un enfoque más holístico y humanista, y que el objetivo común que todos persiguen es "minimizar los aspectos negativos de una innovación y cambio tecnológico que tienen un historial de contribución desigual". Acá hace mención como ejemplos que buscan este bienestar común a la brújula para el aprendizaje del 2030 de la OCDE (2018, 2020), La iniciativa Futuros de la Educación 2050 de la UNESCO (2019a, 2019b) o el Pacto Educativo Global promovido por el Papa Francisco desde el Vaticano (2020).

En el proceso de investigación y con el fin de determinar si la formación actual en España está preparada para educar al homo digitales, realiza un puntilloso análisis de cada Universidad y de los planes de estudios, concluyendo en que en solo dos de los másteres hay una asignatura obligatoria ligada a la integración de las TIC: "nos parece que la atención dedicada a la alfabetización y la salud

[1] Fernández, T. (2023). "Educando al homo digitalis: el papel de la educación y del DigComEdu para paliar los efectos de los algoritmos, las fake news, la polarización y falta de pensamiento crítico". *Vivat academia.*

digital en la formación inicial de los docentes de Secundaria es claramente insuficiente", dice.

Como conclusión, se hace hincapié en dar un enfoque más holístico a la praxis digital del docente y ayudar a empodera a alumnado con una alfabetización más crítica e informada, que impida nuevas formas de exclusión o problemas psicosociales, y destaca lo imprescindible de preparar a las nuevas generaciones para poder discernir los riesgos que puede haber en la red y fomentando el pensamiento crítico empezando por la formación de los docentes pero, sobre todo, realizando una reflexión sobre la identidad digital de cada uno.

El siguiente trabajo publicado en 2023[2], los autores analizan la relación que tienen los estudiantes con los medios de comunicación con los que interactúan, con el objetivo de medir el "grado de desarrollo de sus competencias mediáticas".

El trabajo consistió en presentar una noticia falsa y una real, para analizar cinco ejes: actualidad, relevancia, autoría, precisión y propósito del texto.

Al respecto de la alfabetización mediática los autores dicen que la alfabetización mediática se ha estudiado desde diversas líneas de investigación y forma parte de los debates de organismos internacionales desde la década de 1970, debido a que la UNESCO la considera de vital importancia como una vía para superar el subdesarrollo e incrementar la conciencia crítica de los ciudadanos. Sin embargo, la elaboración de investigaciones y artículos, al respecto, ha proliferado en los últimos años debido a la creación de los medios digitales. Además, se ha propuesto como una medida contra la desinformación ocasionada por las fake news, un fenómeno que ha calado más en el discurso social desde las elecciones presidenciales de Estados Unidos, en el 2016 (Candón-Gautier, 2019).

En cuanto al estudio, se trata de un enfoque cuantitativo que supone un proceso secuencial que sigue un lineamiento establecido previamente, y tiene como

[2] Gómez Rojas, D. C., & Mateus, J.-C. (2023). Competencia mediática para identificar noticias falsas. Estudio de caso con estudiantes de cuarto de secundaria de un colegio en Lima. Correspondencias & Análisis

muestra a los alumnos de cuarto año de secundaria del colegio Fe y Alegría, de Comas, Lima, Perú.

Se evaluaron las rutinas informativas, la confianza en los medios de comunicación tradicionales y en los digitales, y la divulgación de información que reciben por redes sociales. Las conclusiones permiten afirmar que las medidas propuestas respecto a la competencia mediática no hay sigo incorporadas en las políticas educativas del Perú de manera significativa.

Manifiestan también la necesidad que se enseñen herramientas que permitan a los estudiantes ser más críticos y poder discernir la información que reciben, apuntando también a involucrar no solo a docentes sino también a las familias.

Por último, se suma como antecedente de esta investigación, “Fake News. El valor de la información”, la exposición que se presentó en la Fundación Telefónica Movistar, en CABA.

La exposición pretende abordar la revisión del fenómeno de las noticias falsas a lo largo de los siglos y plantear una reflexión sobre su impacto, a través de un interesante recorrido donde se muestran datos obtenidos por varias universidades de España, y puntualmente de un estudio de la Universidad Complutense de Madrid que nos cuenta que los grandes temas sobre los que se construye información son la salud, la política y la economía.

Entre los temas que se plantean está el engaño del cerebro que con la evolución de cada uno busca la manera de “aprender a aprender más rápido”. Esto se ve con los sesgos cognitivos inconscientes, que son 10 y que nos ayudan a pararnos de una manera diferente frente a una información. Por ejemplo, el sesgo de confirmación que nos muestra como consumimos información en general, el lector tiene una creencia previa y va a consumir la información que valide eso, que le dé la razón.

En el recorrido se podrá ver la historia de las noticias falsas desde le edad antigua hasta la actualidad con la influencia de Internet, las redes sociales y, sobre todo, la Inteligencia Artificial.

Según un estudio de la Universidad Complutense de Madrid, el 90% de la población española compartió noticias falsas alguna vez, y la mayoría lo hizo por

diversión o porque creen que no causa ningún daño. Solo un 3,5% dice haberlo hecho para causar daño a alguien.

**Marco Teórico.**

## Capítulo 1. La escuela secundaria en Argentina.

La historia de la escuela secundaria en Argentina tiene una evolución interesante, marcada e influenciada por distintos momentos políticos, sociales y educativos.

Si nos remontamos a sus orígenes, en la época colonial, la educación en general estaba fuertemente influenciada por la Iglesia católica y las instituciones educativas eran en su mayo ría religiosa.

Por esos años, le educación propiamente formal estaba reservada a las élites, y no existía un sistema de enseñanza secundaria como lo entendemos hoy.

Con la Revolución de Mayo de 1810 se impulsaron grandes cambios, y eso se vio reflejado en la Constitución de 1816 que sentó las bases de la educación como un derecho ciudadano.

Un cambio significativo se dio a fines del siglo XIX, con la implementación de la Ley 1.420 de educación común (1884), promovida por el presidente Nicolás Avellaneda y el ministro de Educación Domingo Faustino Sarmiento. Esta ley es fundamental porque estableció la educación primaria obligatoria y gratuita en todo el país, pero también marcó el inicio de la separación entre la educación religiosa y la educación pública, dando paso a un sistema educativo laico.

Esta ley preparó el terreno para el desarrollo de una educación secundaria accesible a todos. Por ese entonces, los sectores más aristocráticos comenzaban a acceder a estudios secundarios como preparatorio para ingresar a la universidad.

Entrados ya en el siglo XX, la educación secundaria comenzó a desarrollarse como una escuela tradicional basada en modelos europeos (especialmente franceses y alemanes). Recién en el año 1905 se creó el bachillerato nacional, con el objetivo de establecer un tipo de educación homogénea en todo el territorio. Surgen en este periodo los liceos y colegios secundarios.

En las primeras décadas del siglo XX, el movimiento estudiantil de la Reforma Universitaria de 1918, encabezado por alumnos de la Universidad Nacional de Córdoba, tuvo un gran impacto en el sistema educativo argentino, incluyendo la educación secundaria. Este movimiento impulsó que más personas tuvieran acceso a la educación universitaria, que se actualizaran los planes de estudio y

que los estudiantes participaran en las decisiones de las instituciones académicas.

A finales del siglo XX, el sistema educativo argentino sufrió una serie de reformas para modernizar la educación secundaria. La Ley 24.195, sancionada en 1992, introdujo cambios importantes en la estructura como la duración de 7 años (anteriormente era de 5 o 6 años dependiendo el lugar) y estableciendo un currículo nacional. Estos cambios tuvieron como objetivos principales ampliar el acceso, mejorar la calidad educativa y garantizar la inclusión.

En el año 2006, fue relevante la sanción de la Ley de Educación Nacional Nº 26.206, que estableció la obligatoriedad del nivel secundario, extendiendo la educación obligatoria a 13 años, desde los 5 años hasta el final del secundario. Esto implicó un enorme desafío para el sistema educativo en términos de cobertura, permanencia y egreso.

A partir de esta ley, se impulsaron programas nacionales como el Plan de Mejora Institucional (PMI), Conectar Igualdad (2010), que buscó reducir la brecha digital, y planes de inclusión como “Todos a Estudiar” o “FinEs”, destinados a jóvenes y adultos con trayectorias escolares incompletas.

También se promovieron cambios en el enfoque pedagógico, poniendo el énfasis en la educación por competencias, la interdisciplinariedad, la incorporación de nuevas tecnologías y el fortalecimiento de los vínculos entre escuela y comunidad. La evaluación también se transformó, con una mirada más formativa e integral del aprendizaje.

Sin embargo, la expansión de la escolaridad secundaria obligatoria ha enfrentado desafíos constantes como la desigualdad socioeducativa, la fragmentación del sistema educativo, la repitencia y abandono escolar, así como las dificultades para articular contenidos con los intereses y realidades juveniles.

La evolución de la educación secundaria continuó, y en la actualidad el ciclo tiene una duración de 6 o 7 años dependiendo de la jurisdicción. La estructura curricular incluye áreas comunes (lengua, matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales, etc.) y áreas de orientación (ciencias, humanidades, arte, tecnología, etc.).

Uno de los aspectos distintivos en nuestro país es la posibilidad de optar por una orientación (técnica, artística, humanística, etc.) en el último tramo del ciclo, brindando a los estudiantes herramientas específicas para insertarse en el mundo laboral o continuar sus estudios superiores.

La implementación de estas orientaciones se formalizó a partir de 2010, cuando las provincias comenzaron a adaptar sus diseños curriculares a la nueva Ley Nacional, y si bien pueden variar según la jurisdicción, las más comunes son:

- **Comunicación**
- **Ciencias Sociales**
- **Ciencias Naturales**
- **Economía y Administración**
- **Arte**
- **Educación Física**
- **Lenguas Extranjeras**
- **Turismo**

Cada orientación ofrece materias específicas a partir del 4º año. Por ejemplo, en la orientación en Comunicación, se incluyen asignaturas como Introducción a la Comunicación, Comunicación y Culturas del Consumo y Observatorio de Medios.

## Capítulo 2. Orientación en Comunicación.

La orientación en Comunicación en la escuela secundaria está pensada para formar estudiantes que entiendan y puedan analizar los procesos de transmisión de información en distintos ámbitos como medios masivos, redes sociales, cultura, política, publicidad, etc.

Dentro de los principales objetivos de este ciclo se encuentra comprender cómo se producen y circulan los mensajes en la sociedad; analizar críticamente los medios y sus discursos; desarrollar habilidades para producir mensajes propios en distintos formatos; reflexionar sobre la comunicación en diversos contextos sociales, culturales y políticos.

Dentro de la curricula se trabajan diferentes competencias como la escritura creativa, la producción de contenidos principalmente audiovisuales, el análisis de medios, y la investigación social, entre otros.

El foco principal es formar estudiantes con capacidad crítica y reflexiva frente a los discursos mediáticos, culturales y sociales que circulan en la vida cotidiana. Las materias brindan herramientas para analizar, producir y comprender mensajes en distintos formatos y lenguajes, que permitan reconocer el rol de los medios y las tecnologías de la información en la construcción del sentido común, de las identidades y de la participación ciudadana.

Estas materias combinan la teoría con la práctica a través de la realización de diversos proyectos, pero principalmente con el análisis crítico de los medios y la producción de contenidos con una participación activa de los estudiantes en el rol de prosumidores: productores y consumidores de información.

El enfoque pedagógico es interdisciplinario, con énfasis en el trabajo colaborativo, la creatividad, la investigación y el vínculo con el entorno sociocultural. A través de esta orientación, los estudiantes desarrollan competencias comunicativas, tecnológicas, éticas y expresivas, útiles tanto para continuar estudios superiores como para insertarse en el mundo del trabajo o en proyectos comunitarios.

Algunas materias específicas que suelen aparecer en esta orientación son:

- Comunicación y culturas del consumo.

Esta materia aborda la relación entre comunicación, cultura y consumo en las sociedades contemporáneas. Analiza cómo los medios y la publicidad construyen sentidos alrededor del consumo de bienes, servicios, estilos de vida e identidades.

Algunos temas claves son la sociedad de consumo y la cultura mediática; publicidad, marketing y narrativas de marca; los jóvenes y consumo cultural (moda, tecnología, entretenimiento); etc.

- Comunicación y transformaciones socioculturales del siglo XXI.

Propone una mirada analítica sobre los grandes cambios sociales, culturales y tecnológicos que afectan las formas de comunicar, vincularse y construir conocimiento en la actualidad.

Entre los ejes de la materia se encuentra la globalización y nuevos escenarios comunicacionales; los cambios en los vínculos sociales; la cultura digital, redes sociales, etc.; y la diversidad cultural, género y derechos humanos.

- Introducción a la comunicación.

Es una materia de base teórica que introduce los conceptos fundamentales de la comunicación como campo de estudio. Estudia los distintos modelos, elementos y niveles de la comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal, masiva, digital).

¿Qué es comunicar?; medios de comunicación y tecnologías; teorías clásicas de la comunicación; lenguajes y códigos verbal, no verbal, visual, audiovisual, etc. son algunos de los tópicos en los que trabajan los alumnos.

- Taller de producción en lenguajes.

Se trata de un taller práctico centrado en la producción de contenidos comunicacionales utilizando distintos lenguajes: visual, audiovisual, sonoro, gráfico y digital.

- Observatorio de comunicación, cultura y sociedad

Es un espacio de investigación y análisis sobre fenómenos comunicacionales vinculados con la vida social y cultural. Suele trabajar con estudios de caso y producción de informes.

- Observatorio de medios

En esta materia se trabaja sobre un análisis crítico del discurso mediático basado en noticias, redes sociales, medios masivos y digitales.

- Taller de comunicación institucional y comunitaria

Taller práctico que aborda la comunicación en organizaciones (escuelas, ONGs, clubes, municipios). Se aprende a producir mensajes y gestionar la comunicación con fines institucionales y comunitarios.

Se trabajan temas claves como estrategias de comunicación comunitaria y participativa, diseño de campañas, comunicación popular y medios alternativos.

## Capítulo 3. Las noticias falsas o fake news.

### ¿Qué son las fake news?

Las fake news o noticias falsas, son contenidos pseudo periodísticos creados con la intensión deliberada de desinformar, manipular opiniones, desprestigiar personas o instituciones, y hasta generar beneficios económicos o políticos. Se difunden a través de medios tradicionales de comunicación, pero especialmente, por redes sociales y plataformas digitales.

Aunque se trata de un fenómeno muy antiguo, el término fake news se popularizó en el siglo XXI, llegando a su máxima popularidad durante la campaña presidencial de Donald Trump en Estados Unidos en 2016.

Previamente era un término usado en círculos académicos y periodísticos, pero con un sentido más técnico referido a contenidos deliberadamente falsos disfrazados de noticias que la mayoría de las veces se difundía en sitios satíricos o con fines comerciales.

Durante la campaña de Trump el término explotó en popularidad, y se usó para describir la cantidad de noticias falsas que circulaban en redes sociales y que influenciaban a la opinión pública. Esta información era creada desde sitios poco confiables o incluso desde fábricas de contenido en el extranjero.

Trump empezó a usar el término como un ataque directo contra los medios tradicionales (como CNN o The New York Times, por ejemplo), y la acusación era por divulgar mentiras y manipular la información.

Si revisamos en la historia mundial, existen muchos casos que pueden entrar dentro de este fenómeno, por ejemplo, lo que se conoció como el Gran Engaño de la Luna de 1835, cuando el diario The Sun de Nueva York publicó una serie de artículos falsos sobre descubrimientos lunares, aumentando significativamente sus ventas.

En Argentina, por ejemplo, está la historia de “La máquina que hacía llover”, un misterioso descubrimiento diseñado por Juan Baigorri Velar, conocido como “el mago de Villa Luro” o “el Júpiter moderno”. Mientras trabajaba en Bolivia en

1926, notó que al utilizar su equipo para medir el potencial eléctrico del suelo, comenzaban a producirse lluvias. Esto lo llevó a desarrollar un aparato que, según él, podía inducir precipitaciones mediante emisiones electromagnéticas que provocaban una "congestión atmosférica". El dispositivo consistía en una caja del tamaño de un televisor pequeño, equipada con una batería eléctrica y dos antenas de polaridad opuesta que supuestamente generaban las condiciones necesarias para la lluvia.

Las noticias llevaron a Baigorri Velar a un pico de fama, pero a pesar de sus afirmaciones y algunas demostraciones exitosas, nunca reveló el funcionamiento exacto de su máquina ni la patentó. La falta de respaldo científico llevó a que su invención fuera considerada un fraude.

La Fundación Telefónica Movistar presentó "Fake News. El valor de la información", una exposición educativa que funcionó en Buenos Aires entre el 11 de junio de 2024 y el 28 de junio de 2025. Esta muestra gratuita propuso un recorrido histórico y contemporáneo sobre la desinformación, desde su uso en la antigüedad hasta su impacto actual en la era digital. A través de material visual, obras artísticas y casos reales, la exposición tenía por objetivo promover el pensamiento crítico y la alfabetización mediática como herramientas fundamentales para identificar y desactivar la circulación de noticias falsas.

Entre los temas que se abordaban en "Fake News. El valor de la información", la desinformación tiene un papel principal, y habla sobre la Escalera de la Manipulación. Esto es una herramienta conceptual desarrollada por la experta en desinformación Claire Wardle, cofundadora de First Draft, una organización dedicada al estudio de la desinformación, en 2017 y clasifica los distintos tipos de desinformación en siete niveles, ordenados según el grado de intención de engaño y manipulación.

Los niveles son:

1. **Sátira o parodia**: Contenido humorístico sin intención de causar daño, aunque puede ser malinterpretado.
2. **Conexión falsa**: Titulares, imágenes o subtítulos que no respaldan el contenido real.
3. **Contenido engañoso:** Uso selectivo de información para tergiversar un tema o individuo.

4. **Contexto falso**: Contenido genuino compartido con información contextual falsa.
5. **Contenido impostor:** Suplantación de fuentes legítimas, como medios de comunicación o figuras públicas.
6. **Contenido manipulado:** Alteración deliberada de información o imágenes para engañar.
7. **Contenido fabricado**: Información completamente falsa diseñada para causar daño.

En esta escalera de la manipulación, la exposición define cinco niveles ascendentes de manipulación informativa:

1. **Deepfakes**: Contenido audiovisual generado o alterado con inteligencia artificial (IA), como videos, imágenes o audios falsos que simulan a personas reales diciendo o haciendo lo que nunca ocurrió

2. **Fake news:** Noticias falsas que imitan el formato periodístico, publicadas en portales, redes o WhatsApp, con aspecto legítimo pero sin base factual

3. **Desinformación:** Un término más amplio que abarca fake news y otros contenidos erróneos difundidos con intención de engañar, ya sea por interés político, económico o ideológico.

4. **Propaganda:** Información que busca influir en la opinión pública o generar adhesión a ideas específicas. Puede ser verdadera, falsa o una mezcla, pero siempre persigue un objetivo político o social.

5. **Descontextualización:** Uso de imágenes, datos o declaraciones reales pero presentados en un contexto distinto, cambiando su interpretación.

Un término importante en materia de la desinformación es el de sesgos cognitivos, concepto acuñado en 1972 por los psicólogos israelíes Kahneman y Tversky para referirse a aquellas operaciones mentales no conscientes que intervienen en nuestra interpretación del mundo y la toma de decisiones.

Los sesgos cognitivos son errores sistemáticos en la forma en que pensamos, recordamos o tomamos decisiones, en otras palabras, se pueden definir como atajos mentales o heurísticas que nuestro cerebro usa para procesar la información de forma rápida, pero que muchas veces nos llevan a conclusiones equivocadas.

Todos, sin excepción, los tenemos y están determinados por implicaciones culturales y sociales, motivaciones emocionales o éticas, atajos en el procesamiento de la información, o distorsiones en la recuperación de los recuerdos y la memoria, entre muchos otros.

Este concepto de sesgos cognitivos es especialmente importante en el contexto de la desinformación porque nos hacen vulnerables a creer y difundir noticias falsas, incluso si son ilógicas o inexactas. Dentro del fenómeno de la manipulación de información podemos destacar: confirmación, autoridad, heurística de disponibilidad, anclaje, efecto arrastre, efecto en tercera persona, efecto marco, falso consenso, influencia continuada, favoritismo de endogrupo, verdad ilusoria y efecto halo.

Algunos sesgos clave relacionados con las fake news son:

1. **Sesgo de confirmación**: buscamos y creemos más fácilmente la información que confirma lo que ya pensamos. Un ejemplo de esto es cuando una persona cree que una figura política es corrupta, tenderá a creer noticias falsas que lo confirmen, sin verificarlas.

2. **Sesgo de disponibilidad:** le damos más importancia a la información que recordamos con facilidad, muchas veces porque fue impactante o muy repetida. Si escuchamos muchas veces una mentira, puede parecernos verdadera solo porque nos resulta familiar.

3. **Efecto de verdad ilusoria**: repetir una mentira muchas veces hace que suene "más cierta". Este efecto es muy utilizado en campañas de desinformación: lo falso se hace creíble por exposición constante.

4. **Sesgo de autoridad**: nos dice que tendemos a creer más en la información que proviene de una figura o fuente que consideramos confiable, incluso si no lo es. En redes sociales, esto pasa mucho con los influencers o medios que imitan a otros reales.

5. **Sesgo de endogrupo (o tribalismo)**: aceptamos más fácilmente las creencias del grupo social con el que nos identificamos, y rechazamos la información que contradice esas creencias. Esto se potencia en redes como WhatsApp, donde circula desinformación dentro de grupos cerrados.

El Foro Económico Mundial (WEF) señala que la desinformación y la información falsa representan el mayor riesgo a corto plazo para las sociedades en los próximos dos años. Entre sus principales hallazgos el Global Risks Report 2024 identifica como principal amenaza la desinformación a corto plazo la misinformation and disinformation como el riesgo más severo a corto plazo. La facilidad con la que se puede crear contenido sintético como deepfakes, clonación de voz y sitios falsos amplifica este peligro.

Otro de los riesgos atenta contra la democracia y estabilidad social. Según el WEF, en las futuras elecciones la desinformación puede deslegitimar los procesos democráticos, incentivar las protestas violentas y hasta provocar atentados terroristas. La polarización actúa como acelerador: la desconfianza hacia las fuentes (desde los medios de comunicación masiva hasta los propios gobiernos) junto a campañas específicas refuerzan las grietas en la sociedad.

El Foro también destaca que serán erosionados los derechos y se seguirá fortaleciendo el autoritarismo ya que el uso del discurso falsa verdad por parte de autoridades mundiales puede servir de excusa para reprimir disidencias, restringir libertad de prensa o ampliar vigilancias. Este riesgo es especialmente crítico en democracias débiles y países híbridos.

La rápida adopción y propagación de IA favorece a la creación de contenido falso a escala industrial, mientras que la regulación aún va rezagada. El campo de batalla está sin duda en la ciberseguridad y el uso de la tecnología. Por ejemplo, en Davos 2025 se discutió el dilema entre controlar la desinformación sin censurar, buscando regulaciones efectivas y manteniendo la libertad de expresión.

Entre las posibles soluciones sin dudas está la alfabetización mediática digital desde la educación básica: enseñar a verificar fuentes, entender algoritmos y usar correctamente la privacidad online.

La organización internacional no gubernamental Reporteros sin Fronteras (RSF), advierte desde 2023 de qué manera la diferencia entre los verdadero y lo falso, lo real y lo artificial, los hechos y los artefactos se difuminan, poniendo en peligro el derecho a la información.

En su informe del 2024 habla sobre el uso de la etiqueta fake news para censurar. Los gobiernos autoritarios están utilizando acusaciones de noticias

falsas como excusa para reprimir al periodismo crítico. En países como Estados Unidos y Camboya, líderes políticos han justificado restricciones contra medios alegando combatir los bulos.

Por otro lado, en su Informe de Actividades 2024, RSF destaca que el aumento de la IA generativa favorece la expansión de contenidos engañosos, lo que intensifica la desconfianza hacia los medios y deteriora la libertad de prensa

Reporteros sin Fronteras clasifica la desinformación en siete categorías, que van desde contenido fabricado hasta manipulado o fuera de contexto, subrayando que la distinción entre información verdadera y falsa no basta para protegerse, ya que el impacto depende de la intención y el contexto

Las nuevas herramientas como los deepfakes ya se utilizan para influir en elecciones., generando un alto impacto político y electoral. El año pasado, más del 75 % de los países del ranking informaron casos donde actores políticos han promovido campañas deliberadas de desinformación. Es por esto que la organización critica el papel de las plataformas tecnológicas como amplificadoras que permiten que la IA genere y disemine contenido falso con facilidad. Además, señala que la desinformación está ahogando las noticias genuinas por la falta de una supervisión eficaz.

Desde Reporteros se plantean además algunas iniciativas para combatir el fenómeno de la desinformación. Tal es el caso de Propaganda Monitor, una plataforma multimedia lanzada en octubre de 2024 para exponer y analizar estrategias propagandísticas de regímenes autoritarios (como Rusia) y sus efectos globales, y Svoboda y Collateral Freedom, dos proyectos que buscan eludir la censura, ofreciendo acceso a medios independientes mediante satélites o redes espejo.

**El auge de los deepfakes.**

Deepfakes es la combinación de Deep learning, o aprendizaje profundo, y fake, o falso, y se trata de contenidos audiovisuales (videos, audios o imágenes) creados o manipulados mediante IA con el objetivo de hacer que una persona parezca decir o hacer algo que en realidad no hizo.

El funcionamiento de estos contenidos implica entrenar los algoritmos de IA con grandes volúmenes de datos audiovisuales reales de una persona para que

luego la herramienta sea capaz de simular su cara, gestos, el tono de su voz y sus movimientos de manera casi indistinguible de la realidad.

Existen diferentes tipos de deepfakes, pero los más conocidos son los de rostros falsos sobre cuerpos reales, por ejemplo políticos hablando en otro idioma; los audios clonados, como imitaciones exactas de una voz; y los videos completamente fabricados, con escenas que nunca ocurrieron.

Sin dudas estos contenidos acarrean grandes riesgos ya que son una forma avanzada de desinformación, y presentan graves riesgos sociales como la manipulación política (se pueden difamar a líderes políticos, sembrando el caos), el ciberacoso y la violencia de género (los contenidos recrean pornografía no consentida con rostros reales), la erosión de la confianza (que todo pueda falsificarse debilita la credibilidad de lo verdadero creando un efecto de falsificación total), y los fraudes y estafas (las voces clonadas se utilizan para engañar a personas e instituciones).

Los deepfakes intensifican el impacto de las noticias falsas porque combinan imagen, sonido y emoción, volviéndose más virales y creíbles. Son un escalón avanzado en la llamada escalera de la manipulación, que va desde la desinformación textual hasta los montajes audiovisuales complejos.

Este tipo de contenidos representan una nueva etapa en la evolución de la desinformación, ya que su capacidad para alterar discursos y construir realidades falsas audiovisuales los convierte en un desafío urgente para la educación, la política y la sociedad en su conjunto. Incorporarlos en la alfabetización digital crítica dentro de la escuela secundaria es clave para preparar a las nuevas generaciones.

Algunos ejemplos de deepfakes:

- En 2020, apareció un video del expresidente estadounidense Barack Obama diciendo frases que en realidad había escrito el actor Jordan Peele, como demostración del poder de esta tecnología.
- En India, durante una campaña electoral, se usaron deepfakes de políticos hablando en distintos idiomas para llegar a varios públicos sin grabar múltiples versiones reales. El político Manoj Tiwari, del partido BJP, fue protagonista de un video donde hablaba en haryanvi, un dialecto local,

pese a no haberlo grabado él. La campaña fue diseñada para llegar a más votantes.

- En Ucrania en 2022, circuló un video falso del presidente Volodímir Zelenski rindiéndose ante Rusia, que fue rápidamente desmentido pero generó confusión en medio de la guerra.
- En 2018, en Gabón, 2018 circuló un video donde el presidente Ali Bongo reaparecía públicamente después de un largo silencio por enfermedad. Tras sospechar de que se trataba de un video falso, se desató un intento de golpe de Estado por parte del ejército.
- En 2023, un usuario de Tik Tok llamado deeptomcruise creó videos hiperrealistas del actor Tom Cruise haciendo trucos de magia, jugando golf o hablando. Aunque eran parodias, mucha gente creyó que eran reales.
- En España durante 2023 un grupo de adolescentes generó imágenes falsas de compañeras de colegio usando sus caras sobre cuerpos desnudos. Las imágenes se difundieron en redes y generaron una denuncia penal.
- La cantante Taylor Swift se vio afectada por la difusión de imágenes falsas de la generadas por IA, causando revuelo en X (ex Twitter) y provocando que Elon Musk reciba presiones para regular este tipo de contenidos.

Las fake news se propagan hasta siete veces más rápido que las noticias reales, especialmente a través de redes sociales. Si ponemos este fenómeno en números, se estima que el 53% de la población mundial considera que hay más mentiras y uso tendencioso de los hechos en política y medios que hace 30 años. En España, por ejemplo, el 59% de la población comparte esta percepción.

De acuerdo con una encuesta realizada en Argentina por Sherlock Communications, el 51 % de los participantes afirmó haber encontrado noticias falsas en Facebook, Instagram o WhatsApp, y el 32 % admitió haber interactuado con contenidos que posteriormente identificó como falsos. Estos datos subrayan no solo la alta exposición, sino también el riesgo de amplificación de desinformación dentro del entorno digital.

Esta investigación se llevó a cabo con 455 argentinos (235 mujeres y 220 hombres), y se realizó en un contexto de debate sobre la verificación de datos, que tomó gran relevancia luego de que Mark Zuckerberg, dueño de Meta, anunciara la sustitución de agencias especializadas en fact-checking por notas de la comunidad en Estados Unidos.

Frente al aumento de la desinformación, muchos argentinos han comenzado a desarrollar estrategias para identificar contenidos engañosos. Un 58 % de los encuestados afirma que realiza búsquedas en internet para verificar la veracidad de la información, mientras que un 40 % recurre a los medios tradicionales, lo que pone en evidencia el rol que aún conserva el periodismo profesional en el ecosistema digital actual.

No obstante, la actitud frente a las noticias falsas tiende a ser pasiva: aunque una parte importante de los usuarios logra identificarlas, solo un 20 % actúa públicamente para desmentirlas. La mayoría, un 49 %, opta por no interactuar con este tipo de contenidos, lo que favorece su persistencia y circulación en las plataformas digitales.

Tras el anuncio de que Meta reemplazará el fact-checking tradicional por un sistema de Notas de la Comunidad en Estados Unidos, un portavoz de la compañía explicó que construir un sistema de Notas de la Comunidad robusto tomará tiempo, y continuaremos mejorándolo a lo largo del año antes de expandirlo a otros países. No hay cambios en nuestro programa de verificación de datos independiente en otros países en este momento.

Las Community Notes son un sistema colaborativo inspirado en el modelo de X, donde los usuarios proporcionan contexto adicional a publicaciones potencialmente engañosas. Para que una nota se publique, debe ser considerada útil por personas con diferentes puntos de vista, lo que busca evitar sesgos. Aunque el sistema no penaliza ni restringe el alcance de los contenidos etiquetados, se espera que mejore la transparencia y reduzca errores en el etiquetado .

Esta explicación resulta relevante en Argentina, donde el 82 % de los encuestados considera necesario que Meta elimine contenido, desactive cuentas y coopere con las autoridades cuando haya riesgo real de daño físico o amenazas a la seguridad pública. Esta diferencia entre un enfoque comunitario

y la exigencia legal refuerza el debate sobre los niveles adecuados de intervención en la era digital.

**Trabajo de campo.**

El presente estudio se enmarca en un enfoque mixto, combinando herramientas cuantitativas y cualitativas para relevar información acerca de la problemática de las noticias falsas en la educación secundaria.

La población objetivo estuvo compuesta por docentes de nivel secundario de distintas instituciones educativas de las localidades de Moreno, Ituzaingó, Morón y La Matanza, del Oeste de Gran Buenos Aires. La muestra fue de tipo no probabilística, por conveniencia, y estuvo conformada por 10 docentes que respondieron voluntariamente a un cuestionario online autoadministrado mediante Google Forms.

El cuestionario constó de 10 preguntas de las cuales 2 fueron de datos generales, 7 fueron cerradas y una abierta, abarcando aspectos como conocimientos previos sobre fake news, estrategias de abordaje en el aula y percepción sobre el impacto de la desinformación en los estudiantes.

La recolección de datos se llevó a cabo entre el 1 y el 20 de junio de 2025. Se garantizó la confidencialidad de los datos y el anonimato de los participantes, quienes prestaron su consentimiento al inicio del formulario.

**Análisis y presentación de resultados.**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir del cuestionario dirigido a docentes del nivel secundario. Se optó por un análisis por ítem, destacando las respuestas más relevantes en función de los objetivos del estudio.

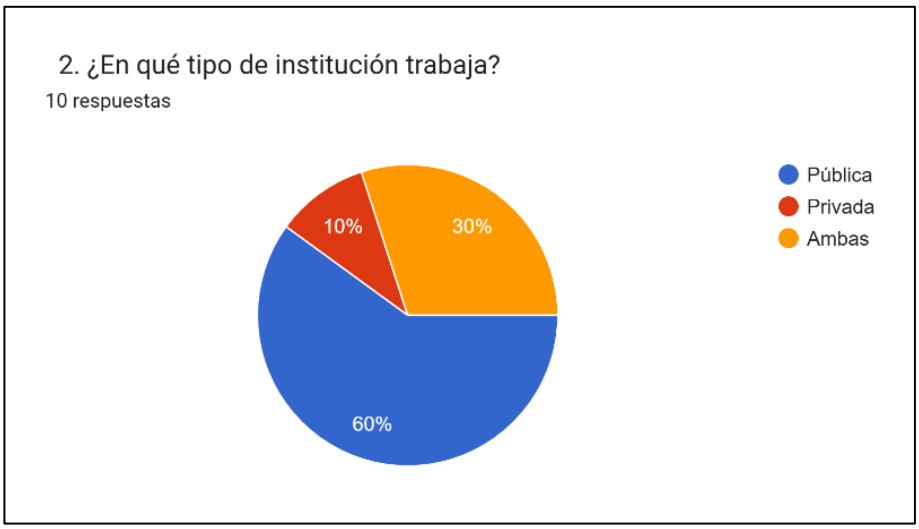
**Sección 1 – Datos generales.**

**Pregunta 1: ¿Qué materias dicta actualmente?**

Los docentes consultados dictaban Introducción a la comunicación, Ciencias Sociales, Comunicación, cultura y sociedad, Taller de producción en lenguajes, Nuevas Tecnologías de la Información y la Conectividad, Taller de Comunicación Institucional y Comunitaria, y Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad.

**Pregunta 2: ¿En qué tipo de institución trabaja?**

De los 10 encuestados un 60% lo hace en educación pública, un 30% en ambas y solo el 10% en instituciones privadas.

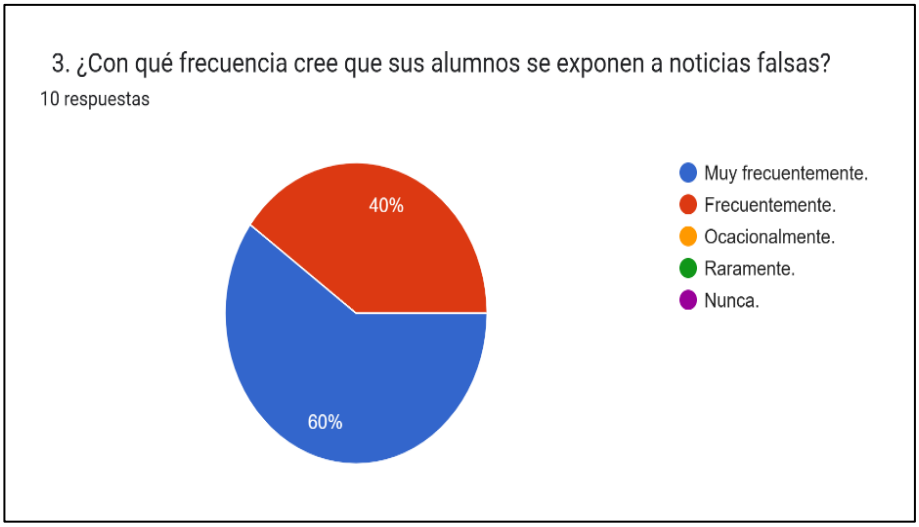



**Sección 2 – Percepción sobre las fake news.**

**Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia cree que sus alumnos se exponen a noticias falsas?**

El 60% de los docentes considera que sus alumnos se exponen muy frecuentemente a noticias falsas, mientras que el 40% indica que dicha exposición ocurre con frecuencia.

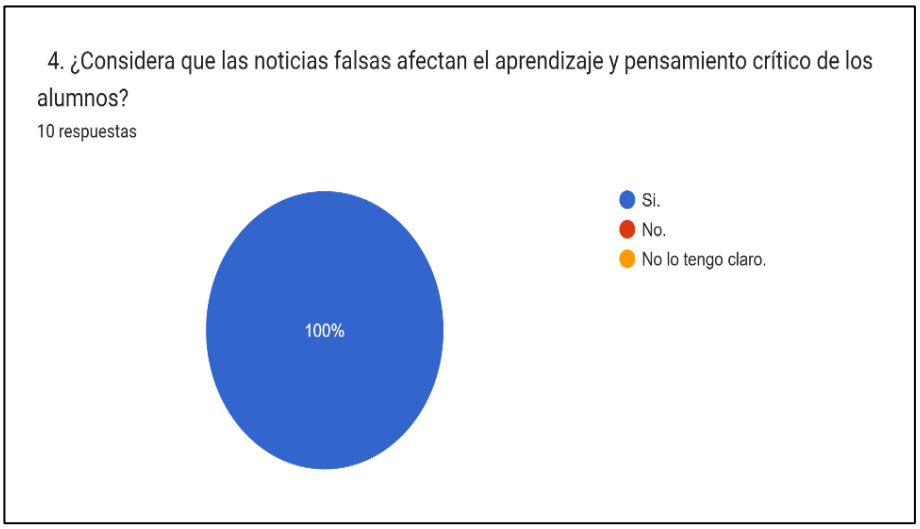
Este resultado evidencia una alta percepción del contacto cotidiano que tienen los estudiantes con contenidos desinformativos, lo cual subraya la necesidad de abordar esta problemática de forma sistemática en el aula.



**Pregunta 4: ¿Considera que las noticias falsas afectan el aprendizaje y pensamiento crítico de los alumnos?**

La totalidad de los docentes encuestados (100%) considera que las noticias falsas impactan negativamente en el aprendizaje y el desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes.

Este consenso rotundo da cuenta de una preocupación compartida en el ámbito educativo, y resalta la importancia de trabajar la alfabetización mediática como una herramienta pedagógica clave para formar ciudadanos críticos y reflexivos.

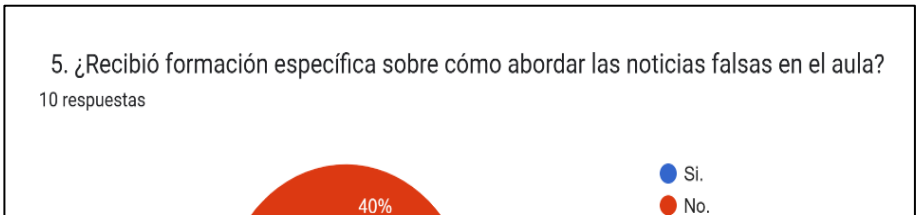



**Sección 3 – Formación y recursos.**

**Pregunta 5: ¿Recibió formación específica sobre cómo abordar las noticias falsas en el aula?**

El 60% de los docentes indicó haber recibido alguna formación específica sobre cómo abordar el fenómeno de las noticias falsas en el aula, mientras que el 40% señaló no haber accedido a instancias formativas en relación con esta temática.

Este dato refleja que, si bien una parte significativa del cuerpo docente cuenta con herramientas para tratar la desinformación en el ámbito educativo, todavía existe una proporción considerable que no ha sido capacitada formalmente, lo cual representa una oportunidad para fortalecer políticas de formación docente continua.



**Pregunta 6: ¿Qué tan preparado/a se siente para trabajar el tema de las fake news con sus estudiantes?**

Al ser consultados sobre su nivel de preparación para abordar el tema de las fake news, el 50% de los docentes manifestó sentirse muy preparado, mientras que el 40% se considera algo preparado. Solo un 10% indicó sentirse poco preparado para trabajar esta temática en el aula.

Estos resultados muestran que, aunque la mayoría se percibe con recursos suficientes, todavía hay un sector que requiere mayor acompañamiento o formación específica para afrontar los desafíos que implica la desinformación en contextos educativos.




**Pregunta 7: ¿Utiliza alguna estrategia o recurso específico para trabajar la problemática de las noticias falsas? ¿Cuál?**

Esta es una pregunta abierta. Las respuestas de los docentes revelan diversas estrategias y recursos para abordar la problemática de las noticias falsas en el aula. A partir del análisis, se identificaron las siguientes categorías principales:

**Comparación y análisis crítico de noticias:**
Varios docentes mencionan el uso de la comparación entre noticias reales y falsas, provenientes de diferentes medios, para fomentar el pensamiento crítico. Por ejemplo, una docente señala:
*"Utilizo la comparación de una noticia por diferentes medios de comunicación y la construcción de sentido a través del debate."*

**Búsqueda y verificación de fuentes confiables:**
Se destaca la importancia de enseñar a los estudiantes a identificar y buscar fuentes fiables para ratificar la veracidad de una noticia. Una docente comenta:
*"Propongo la búsqueda de fuentes confiables para ratificar la noticia."*

**Análisis de imágenes y contenido audiovisual:**
Algunos docentes trabajan con la comparación de imágenes y videos para identificar falsedades y manipulación.

**Uso de plataformas y herramientas de verificación:**
Se menciona la utilización de páginas de chequeo de datos como recurso habitual. Un docente comparte:
*"Llevo noticias varias para analizar, usamos las páginas para chequeo. Les pido que traigan ejemplos que encuentren en redes sociales."*

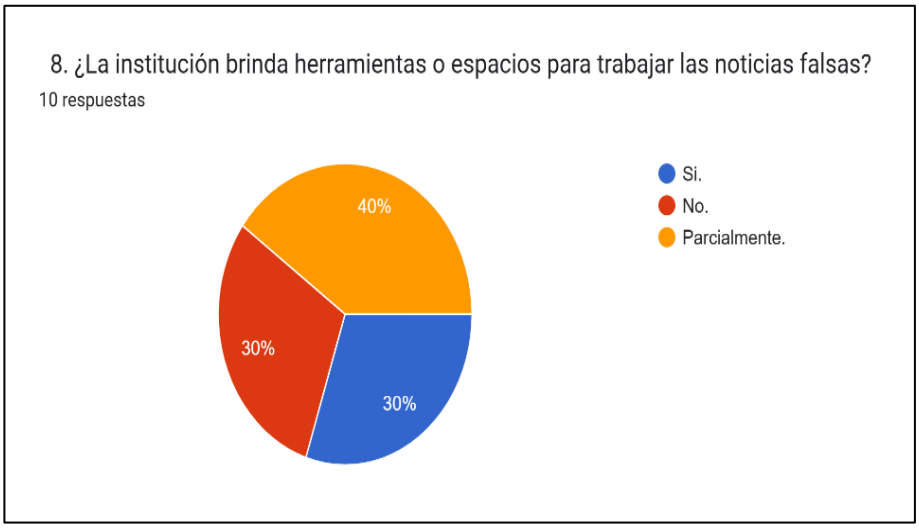
**Concientización sobre la influencia del mundo digital:**
Una respuesta reflexiva señala la necesidad de reconocer cómo el entorno digital modifica la práctica educativa y la importancia de integrar esta temática en la escuela:
*"Desde mi materia se aborda la temática de la posverdad en general*, fake news *y discursos de odio. Pero no todos cuentan con herramientas, creo que es fundamental entender que el mundo digital afecta la práctica educativa y que se corrieron las barreras del límite. La escuela no se puede desentender."*

Estas estrategias reflejan un enfoque activo y crítico para enfrentar la desinformación, destacando la labor docente como mediadora y facilitadora del aprendizaje crítico en la era digital.

**Pregunta 8: ¿La institución brinda herramientas o espacios para trabajar las noticias falsas?**

Al consultar si la institución brinda herramientas o espacios para abordar la problemática de las noticias falsas, el 40% de los docentes respondió parcialmente, mientras que un 30% indicó que sí y otro 30% que no.

Este resultado refleja una situación dispar en cuanto al apoyo institucional: si bien algunos docentes cuentan con recursos o espacios específicos, la mayoría percibe que ese apoyo es limitado o inexistente. La alta proporción de respuestas "parcialmente" sugiere que, aunque existen ciertas iniciativas, estas no son suficientes o sistemáticas, lo que plantea la necesidad de un compromiso institucional más fuerte en relación con la alfabetización mediática.

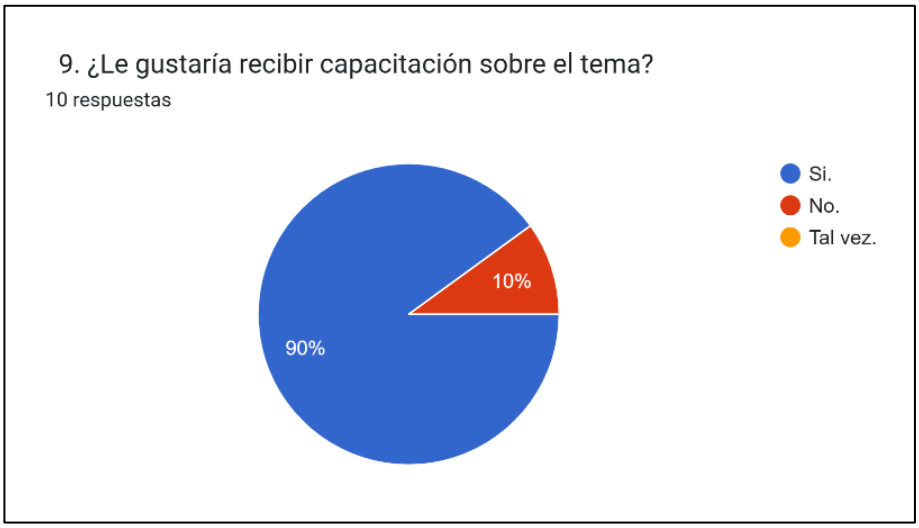



**Sección 4 – Necesidades.**

**Pregunta 9: ¿Le gustaría recibir capacitación sobre el tema?**

El 90% de los docentes expresó interés en recibir capacitación para abordar la problemática de las noticias falsas en el aula, mientras que solo un 10% respondió negativamente.

Este resultado evidencia una demanda clara de formación docente en torno a la alfabetización mediática y el pensamiento crítico. La amplia mayoría reconoce la importancia de contar con herramientas pedagógicas y teóricas para trabajar con mayor seguridad y profundidad esta temática, que se vuelve cada vez más relevante en el contexto educativo actual.

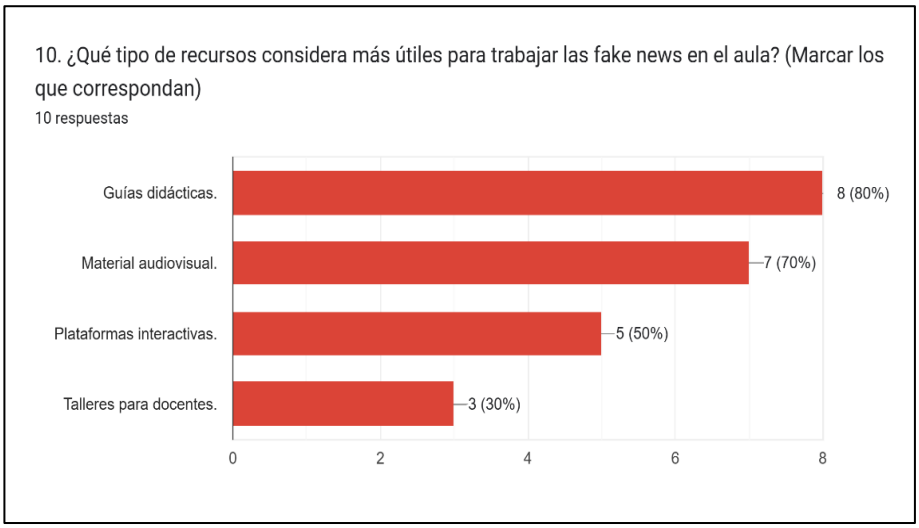



**Pregunta 10: ¿Qué tipo de recursos considera más útiles para trabajar las fake news en el aula?**

Ante la posibilidad de seleccionar múltiples opciones, los docentes identificaron como más útiles las guías didácticas (seleccionadas por 8 docentes) y el material audiovisual (7 menciones). En tercer lugar, se destacaron las plataformas interactivas (5 menciones), mientras que solo 3 docentes señalaron los talleres para docentes como recurso relevante. No se registraron respuestas en la opción “otros”.

Estos resultados sugieren una fuerte preferencia por recursos concretos y aplicables en el aula, como materiales listos para usar y contenidos visuales que resulten atractivos para los estudiantes. Al mismo tiempo, se evidencia un menor interés por las instancias exclusivamente formativas, lo cual puede interpretarse como una necesidad de contar con herramientas prácticas más que solo teóricas.

Este dato puede ser clave para orientar propuestas institucionales o políticas educativas que busquen acompañar a los docentes en la enseñanza crítica sobre la desinformación.




Al finalizar el cuestionario, se brindó un espacio para que los docentes pudieran compartir comentarios adicionales sobre la problemática de las noticias falsas. Las respuestas obtenidas reflejan tanto una preocupación genuina como un interés pedagógico por abordar esta temática en profundidad.

Una de las ideas centrales que se repite es la necesidad de formar en pensamiento crítico y en la verificación de la información, más allá de adoptar una actitud de desconfianza total:

*"No se trata de la desconfianza absoluta de toda información, sino de la capacidad de poner en tela de duda hasta la confirmación a través de otras fuentes o descubriendo la raíz del dato."*

Asimismo, se advierte sobre el impacto que la desinformación puede tener en los adolescentes y en la sociedad en general:

*"Debe hacerse más notorio en los adolescentes las consecuencias de las noticias falsas."*
*"Vivimos en un mundo donde las fake news hacen que las personas discutan por cuestiones sin sentido."*

También se menciona el papel de la inteligencia artificial y su rol en la generación de contenidos falsos:

*"Es muy fácil crear contenido con IA y que la gente crea todo eso. Todo lo que veas en el día, en donde sea, no sabés si es verdad o mentira."*

En cuanto al contexto educativo, los docentes destacaron el valor de trabajar el tema no solo con estudiantes, sino también con las familias, de manera transversal:

*“Tema muy interesante para abordar con estudiantes y familias.”*
*“Es un tema que debe afrontarse cuanto antes.”*

Finalmente, se resalta la importancia de ayudar a los estudiantes a comprender el funcionamiento de los medios y a cuestionar los discursos dominantes:

*“Es importante que las y los estudiantes logren un pensamiento crítico sobre el rol de los medios y la función que cumplen sus dueños.”*

Estos aportes cualitativos enriquecen los resultados del estudio, y refuerzan la necesidad de incluir esta problemática en la agenda escolar, con estrategias institucionales sostenidas y recursos accesibles.

**Conclusión**.

La presente investigación permitió indagar sobre la forma en que los docentes del nivel secundario de la Zona Oeste del Gran Buenos Aires abordan la problemática de las noticias falsas o fake news en el aula, especialmente en instituciones con orientación en Comunicación. A partir del trabajo de campo realizado, se pudo constatar que existe una alta percepción por parte del cuerpo docente sobre la frecuencia con la que los estudiantes se exponen a contenidos desinformativos, así como una fuerte preocupación por el impacto que estos pueden tener en su aprendizaje, pero, sobre todo, en el desarrollo del pensamiento crítico.

Si bien una parte significativa de los encuestados manifestó haber recibido alguna instancia formativa y sentirse relativamente preparado para abordar el fenómeno, los datos revelan una clara necesidad de contar con mayores recursos y apoyos institucionales. La mayoría de los docentes manifestó interés en recibir capacitaciones específicas, así como una preferencia por materiales concretos como guías didácticas o recursos audiovisuales, que permitan abordar el tema de una manera más efectiva y contextualizada.

Las respuestas cualitativas muestran un compromiso genuino por parte del cuerpo docente con la formación de estudiantes críticos, capaces de analizar los mensajes que circulan en los medios y redes sociales. Las estrategias ya implementadas, como el análisis comparado de noticias, la verificación de fuentes y el uso de herramientas digitales, dan cuenta de una voluntad pedagógica de acompañar a los jóvenes en la construcción de una ciudadanía activa y reflexiva en la era digital.

No obstante, la falta de políticas sistemáticas de formación docente y la disparidad en el acompañamiento institucional constituyen un desafío que debe ser abordado de forma urgente. La alfabetización mediática no puede quedar librada a la iniciativa individual de cada docente, sino que debe convertirse en una política educativa transversal, sostenida y articulada. En este sentido, urge que los equipos directivos, los organismos de formación docente y los responsables de diseñar políticas educativas asuman un rol activo en la incorporación sistemática de la alfabetización mediática en las escuelas. Es necesario generar espacios de formación continua, promover el acceso a

recursos didácticos actualizados y fomentar prácticas pedagógicas colaborativas que fortalezcan la capacidad crítica de los estudiantes frente a la desinformación.

La escuela no puede ni debe permanecer al margen del debate sobre las fake news. El aula es un espacio clave para cultivar una mirada crítica de la mano de un diálogo y debate responsable, que forme ciudadanos preparados para ejercer su derecho a la información con libertad, conciencia y responsabilidad.

**Bibliografía.**


- Teba Fernández, Eva. 2021. «Educando Al Homo Digitalis: El Papel De La educación Y Del Digcomedu Para Paliar Los Efectos De Los Algoritmos, Las Fake News, La polarización Y Falta De Pensamiento crítico». *Vivat Academia* 154 (septiembre):71-92.
- Gómez Rojas, D. C., & Mateus, J.-C. (2023). Competencia mediática para identificar noticias falsas. Estudio de caso con estudiantes de cuarto de secundaria de un colegio en Lima. *Correspondencias & Análisis*, *17*, 13-42.
- Fundación telefónica movistar argentina. (11 de junio 2024 al 28 de junio 2025). *Fake News. El valor de la información.* CABA
- World Economic Forum. (2024). *Global Risks Report 2024* (19th ed.). World Economic Forum. https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. Science, 185(4157), 1124–1131. https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. Econometrica, 47(2), 263–291. https://doi.org/10.2307/1914185
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77
- Reporters Without Borders. (2024, 3 de mayo). *Reporters Without Borders warns of the danger of disinformation in this election year*. RSF. https://www.rsf.org/
- herlock Communications. (2025, febrero). *Encuesta sobre fake news en redes sociales en Argentina* [Encuesta]. Broadminded (Sherlock Communications). *Una Santa Fe* (Norte en Línea). Recuperado de https://www.unosantafe.com.ar/informacion-general/mas-la-mitad-los-argentinos-dice-reconocerfake-newsen-redes-sociales-n10181447.html