

DOI: 10.35643/Info.28.2.14

Artículo original

¿Preparados o vulnerables? Conocimiento sobre *fake news* en docentes universitarios

Instructed or vulnerable? Knowledge of Fake News in higher education instructors

Preparados ou vulneráveis? Conhecimento de professores universitários sobre notícias falsas

Bexi Perdomo¹ ORCID: 0000-0002-1611-7743

Claudia Ríos Meza¹ ORCID: 0000-0001-5494-104X

Mario Baldeón Sandoval¹ ORCID: 0000-0001-7999-3989

¹ Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL), Perú.

Dirección: Centro de Investigación de la Creatividad. UCAL. Av. El Sol de La Molina. La Molina. Correos electrónicos: bperdomo@ucal.edu.pe, ccriosm@crear.ucal.edu.pe, mibaldeons@crear.ucal.edu.pe

Resumen

Ante la creciente presencia de noticias falsas asociadas al acceso cada vez mayor a tecnologías de comunicación, es preciso estar en la capacidad de detectarlas para no ser víctima de estas y no propagarlas.

Objetivo: Explorar el conocimiento acerca de las *fake news* o noticias falsas en docentes universitarios limeños.

Metodología: Se llevó a cabo una investigación no experimental, transversal y de alcance exploratorio en una universidad privada, con una muestra de 123 docentes universitarios que respondieron un cuestionario autoadministrado que fue enviado a los 160 docentes enlistados en planilla.

Resultados: Aunque los docentes afirman ser capaces de identificar noticias falsas, la mayoría falló al identificar su definición y manifiesta necesitar capacitación mediática e informacional. Facebook fue considerada la red social digital que más distribuye noticias falsas y el ámbito político el contexto en el que son más comunes.

Conclusiones: El conocimiento sobre *fake news* no es suficiente, por lo que los docentes están vulnerables ante estas. Se evidencia la necesidad de avanzar en un diagnóstico de necesidades específicas para proponer un plan de educación mediática e informacional con un enfoque práctico que favorezca el desarrollo de las competencias necesarias.

Palabras clave: NOTICIAS FALSAS; REDES SOCIALES DIGITALES; DESINFORMACIÓN; DOCENTES UNIVERSITARIOS; ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL.

Abstract

Given the growing presence of fake news associated with the increasing access to communication technologies, it is necessary to be able to detect them so as not to fall victim to them and not to contribute to their propagation.

Aim: To explore the knowledge about fake news among university teachers in Lima.

Methods: It was a non-experimental, cross-sectional, and exploratory survey with a sample of 123 out of a population of 160 university teachers who responded to a self-administered questionnaire.

Results: Although teachers claim to be able to recognize fake news, most failed to identifying its definition and stated that they need media and informational training. Facebook was considered the digital social network that most distributes fake news. Participants identified politics as the context with more fake news.

Conclusions: instructors' knowledge of fake news is not enough, so they are vulnerable. It is evident the necessity to identify specific needs to propose a media and information education plan with a practical approach that favors the development of the necessary skills.

Keywords: FAKE NEWS; SOCIAL MEDIA; INFODEMIA; UNIVERSITY PROFESSORS; INFORMATION LITERACY.

Resumo

Dada a crescente presença de notícias falsas associada ao aumento do acesso às tecnologias de comunicação, é necessário ser capaz de detectá-las para não ser vítima delas e não disseminá-las.

Objetivo: explorar o conhecimento sobre notícias falsas entre os professores universitários de Lima.

Metodologia: foi realizada uma pesquisa não experimental, transversal e exploratória em uma universidade privada, com uma amostra de 123 professores universitários que responderam a um questionário autoaplicável enviado aos 160 professores listados no formulário.

Resultados: embora os professores afirmassem ser capazes de identificar notícias falsas, a maioria deles não conseguiu identificar sua definição e declarou que

precisava de treinamento em mídia e informação. O Facebook foi considerado a rede social digital que mais distribui notícias falsas e a esfera política o contexto em que elas são mais comuns.

Conclusões: o conhecimento sobre notícias falsas não é suficiente, portanto, eles são vulneráveis a elas. É evidente a necessidade de avançar em um diagnóstico de necessidades específicas para propor um plano de educação em mídia e informação com uma abordagem prática que favoreça o desenvolvimento das habilidades necessárias.

Palavras-chave: NOTÍCIAS FALSAS; REDES SOCIAIS DIGITAIS; DESINFORMAÇÃO; PROFESSORES UNIVERSITÁRIOS; COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO.

Fecha de recibido: 06/07/2023

Fecha de aceptado: 11/09/2023

Introducción

La evolución e innovación de los medios digitales los ha hecho parte de la vida diaria del ser humano en todos los ámbitos. La ubicuidad de la información y la inmediatez de su propagación trae tanto ventajas como desventajas, y hace necesario que las personas deban estar listas para desenvolverse de forma idónea en un nuevo ecosistema comunicacional. Entre las desventajas de esta dinámica comunicacional se encuentra la crisis epistemológica que cada vez se hace más visible y que sirve de contexto a la posverdad y las *fake news* como fenómenos sociales de amplio impacto.

La forma en que se esparcen las *fake news*¹ a partir del uso de la Internet obedece, parcialmente, a la inmediatez y alcance global que la caracteriza. Gómez (2013)

¹ Se usarán de forma intercambiable los términos en español e inglés (*noticias falsas* y *fake news*), ya que este último se usa libremente en artículos científicos en español.

expresa que actualmente, a través de grupos o redes sociales, las personas logran transformarse en emisores de contenido e influir en otros con un alcance global y en tiempo récord. Una publicación puede ser reenviada y compartida miles de veces de forma muy simple, lo cual facilita que llegue a más personas, aun cuando se trate de información falsa. En este contexto dependerá del individuo su identificación y rechazo; sin embargo, los ciudadanos no siempre cuentan con las competencias necesarias para hacerlo. Bernal-Triviño y Clares-Gavilán (2019) mencionan que, en un informe de Ipsos del 2018, 57 % de los españoles admitió haber creído una noticia falsa en algún momento y el 62 % solo buscaba fuentes con pensamiento similar al suyo. En el ámbito latinoamericano, en un estudio realizado durante la crisis sanitaria por la pandemia del 2020, Perú y Colombia se ubicaron como los dos países con mayor dificultad para identificar noticias falsas sobre el tema (Nieves-Cuervo et al., 2021), lo que indica una clara vulnerabilidad ante este tipo de información.

Según Fallis y Mathiesen (2019), el vocablo *fake news* es muy amplio. Estos autores también las describen como noticias falsificadas que son presentadas como genuinas con la intención de engañar y señalan que, generalmente, responden a motivaciones financieras o ideológicas (Tandoc et al., 2017). Además, se reconoce que las noticias falsas pueden ser presentadas y abordadas desde diversas perspectivas, como propaganda y desinformación política, como rumor o desde la sátira o la parodia (Young-Brown, 2019; Weiss et al., 2020).

Tal como señala Salas (2019), las *fake news* o noticias falsas no son un fenómeno nuevo. Lo que principalmente ha cambiado en el ecosistema comunicacional actual es su alcance, pues el uso masivo de las tecnologías y la fuerte presencia de la mayoría de estas facilitan el acceso inmediato a la información a nivel global y en tiempo real. En este contexto, toda persona que tenga un dispositivo móvil se convierte con facilidad en un difusor de información, con la capacidad de propagación de mensajes a diferentes destinatarios, bien sea de forma directa (creando el mensaje) o indirecta (reenviándolo o compartiéndolo). Cuando este tipo de información se difunde sin constatar la veracidad y credibilidad de las fuentes y del contenido, se contribuye al desorden informacional a gran escala, por la rapidez que esta alcanza a los usuarios de las redes; en algunos casos,

incluso llega a viralizarse. Esto refleja la crisis epistemológica que se enfrenta en la actualidad.

Esta crisis se dimensiona principalmente en la cantidad masiva de información, la desconfianza en los medios y la fragmentación de la realidad. La cantidad de información disponible y la ubicuidad de los medios en que se distribuye han hecho que los ciudadanos cada vez apliquen menos pensamiento crítico y se limiten a consumir y —en algunos casos— reproducir contenido sin tener evidencia de su veracidad. Por otra parte, la desconfianza que han generado algunas fuentes de información en la población y la creciente necesidad de obtener la información de forma rápida y sencilla generan vulnerabilidad en los lectores. Esa desconfianza encuentra su fundamento en que estos, para complacer la cuota de contenido y su inmediatez, profundizan poco en la veracidad de sus fuentes y difunden información que no se ha corroborado completamente (Vázquez-Barrio et al., 2021). Finalmente, alimentar la información segmentada a partir de algoritmos que detectan las preferencias informativas puede conllevar a la polarización y anulación del uso del pensamiento crítico necesario para no ser víctima ni copartícipe del fenómeno de las *fake news* (Clavero, 2018).

Las noticias falsas pueden conllevar graves consecuencias para el individuo y para la sociedad, por lo que la responsabilidad en el consumo y difusión de información se hace cada vez más necesaria. El auge masivo de información y su ubicuidad pueden afectar la capacidad de juicio crítico de los usuarios (Sánchez, 2021). No obstante, sigue habiendo una amplia vulnerabilidad en la población ante este tipo de contenido.

Para contrarrestar la desinformación producto del bombardeo informacional, el pensamiento crítico juega un rol importante. Este comprende la capacidad de análisis y evaluación que, aplicadas a la noticia, permiten disminuir su impacto y efecto (Tamayo et al., 2015). Para el desarrollo de este tipo de pensamiento, la educación mediática e informacional juega un rol fundamental (Alcolea-Díaz et al., 2020; Pablos y Ballesta, 2018; Guess et al., 2020).

Una vez que alguien considera una *fake new* como verdadera, no solo la incorpora en su estructura mental, dejando que afecte su percepción sobre un tema o fenómeno, sino que es probable que la comparta para que siga alcanzando a más

personas. Ante el potencial de afectación masiva de las *fake news*, Mottola (2020, p. 683) enfatiza en la necesidad de «llegar a un conocimiento colectivo y compartido de cómo se presenta una noticia falsa». Por lo tanto, las *fake news* plantean un severo desafío para los sistemas educativos, que son fundamentales en el desarrollo del pensamiento crítico y las competencias analíticas (Alcolea-Díaz et al., 2020).

En los tiempos actuales, caracterizados por el desorden informativo (Estrada-Cuzcano et al., 2020), los docentes universitarios deberían estar preparados para identificar y afrontar este tipo de noticias; es la universidad la que debe ofrecer esta actualización. «La Educación mediática es un compromiso y una responsabilidad de todos los agentes que participan en la educación» (Pablos y Ballesta, 2018, p. 119); no obstante, al igual que observaron Gutiérrez y Torrego (2018) en España, las universidades latinoamericanas no suelen ofrecer formación en este sentido y, de hacerlo, se trata de cursos electivos en vez de formar parte de la capacitación permanente y obligatoria de los docentes. Además, la formación se ha dirigido principalmente al desarrollo de competencias digitales centradas en capacitación de usos de la tecnología con fines didácticos y no al desarrollo de competencias mediáticas e informacionales.

López-Borrull et al. (2018) determinaron que existe un compromiso público proactivo de educadores de los medios de comunicación para promover prácticas de educación y formación mediática e informacional. Sin embargo, son las universidades las que deben encargarse de que sus docentes sean formados con los adecuados parámetros de contenido y calidad, e incorporar expertos en comunicación y medios para tal fin. En ese orden de ideas, para poder hablar de planes de educación mediática e informacional, es preciso conocer y documentar cuánto se conoce de estas y constatar las necesidades que existen en los docentes universitarios en materia de formación mediática e informativa.

La necesidad de formar ciudadanos con capacidad crítica ante los ataques de todas las formas de desorden informativo justifica estudios de esta naturaleza en el ámbito de los países latinoamericanos. Este es un tema de indudable relevancia con repercusiones prácticas. Aun así, no ha sido lo suficientemente abordado en las universidades peruanas. En este sentido, como punto de partida en una ruta

orientada a la educación mediática e informacional de docentes universitarios en una universidad limeña, se realizó este estudio para responder a un vacío en el conocimiento que tienen los docentes de esta universidad en cuanto a las *fake news*. Se esperaba, con este estudio, generar insumos para una adecuada planificación de educomunicación de los docentes.

Marco referencial

Fake news

Aunque su denominación (*fake news* o *noticias falsas*) parece implicar un oxímoron, es decir, la contradicción entre los términos que forman el concepto — el sustantivo *noticia*, que supone una verdad, y el adjetivo *falso*, que claramente se contrapone a la verdad (Tandoc et al., 2017)—, es un vocablo que ha sido aceptado y se ha convertido en objeto de análisis tanto conceptual como práctico debido a su fuerte presencia, avalada por el auge de las tecnologías de la comunicación y las redes sociales digitales.

Las *fake news* forman parte del fenómeno de los desórdenes informativos y, a juicio de investigadores como Estrada-Cuzcano et al. (2020), debe diferenciarse de otros términos muy cercanos, como *desinformación*, *malinformación* y *posverdad*. No existe un consenso en cuanto a la definición de estos y la de *fake news* y se encuentra en la literatura quienes los usan de forma intercambiable o yuxtapuesta. Sin embargo, es preciso delimitar cada uno para una mayor claridad conceptual y metodológica al momento de estudiarlos en un contexto determinado. Para tal fin, en el cuadro 1 se resumen estos tres términos que

usualmente se ven como sinónimos de *fake news*, pero que no lo son, como se discutirá más adelante.

Cuadro 1: Resumen de términos relacionados y usualmente confundidos con el de *fake news*

Término	Definición	Principales rasgos	Ejemplo
<i>Desinformación</i>	Información falsa que se difunde deliberadamente con la intención de engañar o manipular a la audiencia (Vosoughi et al., 2018; Estrada-Cuzcano et al., 2020).	<ul style="list-style-type: none"> • Se difunde sabiendo que es falsa, con la intención de engañar a otros. • Puede responder a agendas maliciosas, ya que su diseminación es intencional. • Puede contener una parte cierta y una falsa (Estrada-Cuzcano et al., 2020). 	Campañas de desinformación en redes sociales para influir en elecciones políticas.
<i>Malinformación</i>	Información incorrecta o engañosa que se presenta como cierta sin que subyaga la intención de engañar (Pennycook y Rand, 2020).	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente es producto de errores o descuidos humanos o tecnológicos. • No se genera ni se difunde maliciosamente. • Puede contener una parte de información cierta y omitir parte importante de la noticia (Estrada-Cuzcano et al., 2020). 	Compartir una noticia que se cree cierta, pero que no se ha verificado y es falsa.
<i>Posverdad</i>	Condición social que atenta contra la confianza en la ciencia, el conocimiento científico y el pensamiento crítico de las personas (Valladares, 2022).	<ul style="list-style-type: none"> • Surge cuando un conjunto de emociones y creencias personales sin base epistemológica sólida logran mayor peso en la opinión pública que los hechos objetivos y la evidencia científica (Estrada-Cuzcano et al., 2020; Valladares, 2022). 	Difusión de noticias relacionadas con que las vacunas científicamente probadas y avaladas son causantes de daños irreparables o que contienen nanotecnología para control de las masas.

Fuente: elaboración propia con base en Vosoughi et al. (2018), Pennycook y Rand (2020) y Valladares (2022)

A los efectos de este estudio, la atención se concentra en el tratamiento conceptual de *fake news* y la sutil línea que las separa de los términos mostrados en el cuadro 1. Si bien el vocablo utilizado es *fake news* o noticias falsas, existe discrepancia en la literatura y se sigue discutiendo su adecuación por lo complejo del entorno que abarca. Levi (2019) cuestiona si *fake news* o noticias falsas sea la forma correcta para definir las piezas informativas cuyo contenido es falso y cuya presencia ha cobrado fuerza con el uso masivo y ubicuo de las tecnologías de la

comunicación. Este cuestionamiento obedece a que este tipo de noticias podría incluir información que no es totalmente falsa, por lo que Levi (2019), al igual que Vosoughi et al. (2018), sugiere el uso de *desinformación* para referirse al fenómeno de oferta y consumo de este tipo de contenido. La desinformación, según esta autora, abarca tanto la información falsa como aquella que ha sido manipulada y que, apoyada en la tecnología, trasciende el formato de noticias como tradicionalmente se han visto, incluyendo la publicidad encubierta.

Young-Brown (2019) señala que la mejor definición de *fake news* se logra de la manera más simple, señalándola como una noticia que contiene información falsa a propósito. Esta definición es compartida por varios autores (Shu y Liu, 2019) y cuestionada por otros (Levi, 2019). López-Borrul et al. (2018), Mendiguren et al. (2020), Young-Brown (2019) y Shu y Liu (2019) las definen de forma general como información que no es verdadera y se difunde con o sin la intención de generar tendencias o posturas ideológicas, pero siempre respondiendo a un objetivo definido por quien la genera. Estas, en cualquier forma que tomen, pueden comprender una parte de verdad en su contenido y, en consecuencia, causar daños en mayor o menor medida (Young-Brown, 2019).

Tandoc et al. (2017), a partir de una exhaustiva revisión de literatura, concluyen que la mejor manera de definir las *fake news* surge de los puntos de coincidencia hallados en todas las definiciones provistas por los diferentes autores: estas lucen y se sienten como si fueran noticias verdaderas, sitios web auténticos, reales, imágenes y videos que dan la sensación de autenticidad y verdad. Es decir, es información falsa que se escuda en un matiz de legitimidad y logra adquirir credibilidad al lucir como una noticia real. Es justamente ese matiz de credibilidad que hace que el usuario de los medios de comunicación deba desarrollar competencias específicas que le permitan detectarlas como lo que son, información falsa, y, en consecuencia, tome las decisiones apropiadas sobre su contenido.

Young-Brown (2019) y Shu y Liu (2019) señalan que existen diferentes formas de presentar *fake news*. Tandoc et al. (2017) realizaron un estudio para analizar la forma en que se trataba el término *fake news* en artículos científicos e identificaron seis tipos: sátira, parodia, fabricación, manipulación, propaganda y

publicidad. De igual forma, los clasificaron en función de su nivel de facticidad y el nivel de intención de los creadores de la noticia de generar engaño rápidamente (ver cuadro 2).

Cuadro 2: Clasificación de *fake news* según su grado de facticidad y engaño

Grado de facticidad	Intención inmediata de engaño de su autor	
	Alta	Baja
Alto	Publicidad Propaganda	Sátira
Bajo	Manipulación Fabricación	Parodia

Fuente: Tandoc et al. (2017, p. 148)

Como se aprecia en el cuadro 2, estos seis tipos de *fake news* varían tanto en su base fáctica (cuánto se sustentan en hechos reales y comprobables) y la intención comunicativa desde el engaño por parte de quien genera la noticia. De esta forma, se observa que la publicidad y la propaganda (creadas con una intención alta de engaño inmediato) se presentan de forma mucho más creíble que las manipulaciones y fabricaciones de información tanto textual como visual, pues su contenido muestra una mayor cualidad fáctica. Se hacen de esta forma porque han sido concebidas con una elevada intención de engañar a su público objetivo.

Educación mediática e informacional

La educación mediática e informacional gira en torno a la alfabetización mediática e informacional, pero como señalan Osuna-Acedo et al. (2018) no se limita a alfabetizar en el sentido más simple (conocer operativamente los medios y tipos de información), sino que promueve el desarrollo de competencias mediáticas que permitan desenvolverse adecuadamente en los ecosistemas comunicacionales actuales por medio de habilidades y estrategias de análisis crítico del contenido de los mensajes y las formas en que llegan a los usuarios, así

como una postura ética en la producción y consumo de estos (Delgado-Ponce y Pérez-Rodríguez, 2018). Como señalan Jones-Jang et al. (2019), la alfabetización informacional se enfoca en las habilidades críticas de las personas para procesar las *fake news*. Es preciso destacar que, aunque son nociones que se encuentran relacionadas de alguna manera, es importante no confundir la competencia digital con la competencia mediática e informacional (Gutiérrez y Torrego, 2018).

La educación mediática e informacional abarca la correcta aproximación a los medios del ecosistema comunicacional y la distinción entre verdadero y falso y la capacidad de identificar los diferentes tipos de *fake news* y otras formas del desorden informacional de los tiempos actuales. Además, debe capacitar a las personas para enfrentar los contenidos publicados en los diferentes medios digitales con el grado de escepticismo que caracteriza a la alfabetización crítica (McDougall et al., 2019). Esta formación implica un aprendizaje continuo que se relaciona en menor medida con habilidades técnicas del uso de las tecnologías y se orienta más a la actitud necesaria para la comprensión de los medios como parte inherente de la experiencia de vida del ser humano en la actualidad y a verlos como actores con potencial educativo (Mateus, 2022). Esta actitud de la que habla Mateus incluye la postura crítica que habilita a la persona como un prosumidor ético y eficiente a través de los diferentes medios disponibles.

En la literatura existe la discusión acerca de la importancia de la educación mediática e informacional como parte formal de los planes de estudios en diferentes niveles educativos (Gutiérrez y Torrego, 2018; Osuna-Acedo et al., 2018; Pérez-Escoda et al., 2022; Sánchez, 2021; Turpo et al., 2022). Sin embargo, son pocas las instituciones que ya la han incorporado y, particularmente en el ámbito latinoamericano, este es un camino que aún no se comienza a recorrer como debería hacerse.

Objetivos

La investigación tuvo como objetivo explorar el conocimiento de las *fakes news* de docentes universitarios de una universidad privada de Lima, Perú, para, de esta manera, identificar su potencial vulnerabilidad al respecto y generar planes de acción con base en evidencia sólida para subsanarla. De esta forma, surgieron dos objetivos específicos: (1) describir el conocimiento que los docentes creen tener para identificar *fake news* y (2) describir el conocimiento que los docentes creen tener sobre el riesgo de exposición a este tipo de noticias.

Metodología

El estudio presentado se llevó a cabo durante el segundo semestre del año 2022. Sus bases epistemológicas se encuentran en el paradigma positivista, por lo que siguió un enfoque cuantitativo. El diseño fue no experimental y transversal y, en cuanto a su alcance, se trató de una investigación de nivel exploratorio, ya que, en línea con lo planteado por Hernández et al. (2014, p. 91), estos estudios sirven para «obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular». En este caso, se hizo una primera aproximación al conocimiento de los docentes sobre *fake news* como una fase preliminar del diagnóstico de necesidades para generar propuestas de investigación y solución en temas de educación mediática e informacional en docentes de una universidad privada en Lima.

Para la recolección de datos se construyó un cuestionario (anexo A) a partir de la operacionalización de la variable de estudio, que presentó dos dimensiones y cuatro indicadores (ver cuadro 3).

Cuadro 3: Definición conceptual de las dimensiones de la variable de estudio

Dimensión	Definición conceptual	Indicadores	Definición del indicador
Identificación	Reconocer si una información es falsa o carente de fundamento epistemológico o fáctico que la respalde	Definición de <i>fake news</i>	¿Qué son <i>fake news</i> ?
		Temáticas en las que se propagan <i>fake news</i>	Temas comunes en los que se las puede encontrar con más frecuencia (por ejemplo, política, sociales, ciencia)
		Estrategia de identificación	¿Cómo detectarlas?
Riesgo de exposición	Visibilidad de las noticias y acceso a estas por parte de los usuarios	Vías de propagación	Medios por los cuales se propagan

Fuente: elaboración propia

El instrumento se sometió a validación de contenido por medio de la técnica de juicio de expertos (Ruiz, 2013; Hernández et al., 2014). Se lo envió a tres expertos que evaluaron los ítems en función de los criterios de congruencia, claridad y tendenciosidad. En esta evaluación, un experto recomendó ajustar la redacción de un ítem para mayor claridad. Hecho el ajuste, se recibió la validación de los tres. Se hizo una prueba piloto con 16 docentes con la finalidad de probar el instrumento y corregir cualquier deficiencia que pudiera presentar. No se registraron novedades y se procedió a la recolección de información. En cuanto a la confiabilidad del instrumento, se obtuvo un coeficiente de Alpha de Cronbach = .87 ($p < .05$), lo que lo ubica en el rango de confiabilidad favorable.

Se decidió llevar a cabo un muestreo no probabilístico. En este sentido, la invitación a participar se hizo enviando un formulario electrónico con el consentimiento informado y —una vez aprobado este— acceso al cuestionario. El formulario se envió por correo electrónico y por las redes sociales académicas digitales a los 160 docentes de una pequeña universidad privada limeña que conformaban la planilla. Todas estas personas estaban en planilla como personal activo de la universidad al momento del estudio. Luego de varias semanas de

espera y diversos recordatorios, se contó con las respuestas de 146 docentes, de los cuales 23 indicaron no consentir en participar. Finalmente, la muestra quedó conformada por 123 docentes (79 % de la población), que retornaron un cuestionario enviado por medio de sus correos electrónicos y redes sociales académicas digitales.

En atención a las consideraciones éticas del estudio, se elaboró un formato de consentimiento informado como requisito para aquellos que fueran invitados a participar en la investigación. Los investigadores explicaron por escrito la naturaleza e intención del estudio, así como el carácter anónimo y gratuito de su participación. Además, se dejó un correo de contacto por si se deseaba aclarar alguna duda respecto de su participación. Este formato constituyó la primera parte del formulario. Si los encuestados consentían expresamente participar (marcando la opción «sí»), seguían hacia las preguntas del cuestionario. Si decidían no hacerlo, al marcar la opción «no», salían del formulario y se registraba la respuesta como «no consintió participar». Los datos de los encuestados se manejaron respetando su privacidad y la información recopilada se utilizó únicamente con fines de investigación.

En atención al diseño del estudio y su objetivo, para el análisis de los datos se usó el programa SPSS (versión 27). Este análisis estuvo principalmente basado en estadística descriptiva (medidas de tendencia central, frecuencias simples y frecuencias porcentuales).

Resultados

Respondieron el cuestionario 123 docentes. De estos, 72 % se identificaron como hombres con edades comprendidas entre los 30-54 años ($X= 38$; $DS= 2.15$) y

28 % fueron mujeres en edades de 25-48 años ($X= 30$; $DS= 3.10$). En cuanto a su grado académico, 69 % contaban con grado de magíster, 26 % con doctorado y 10 % era titulado (licenciatura con maestría en proceso).

El 46 % de los docentes encuestados considera que las *fake news* son noticias creadas por grupos sociales, políticos o económicos para manipular la opinión de la colectividad (ver cuadro 4). Solo el 32 % logró reconocer que todas las opciones presentadas en conjunto definen a las *fake news*.

Cuadro 4: Respuestas de los encuestados para la definición de *fake news*

Definición de <i>fake news</i>	fi	%
Noticias creadas por grupos sociales, políticos o económicos para manipular la opinión de la colectividad.	46	37
Difusión sobre hechos inventados para escandalizar la opinión pública	33	27
Distorsión de noticias reales para generar matrices de opinión sesgadas en la comunidad	12	10
Todas las anteriores	32	26
Total	123	100

Fuente: encuesta realizada a los docentes

En atención al contexto en que surgen más noticias falsas, en el cuadro 5 se aprecia cómo los docentes consideran que la mayoría de las noticias falsas que circulan tratan sobre temas de política (69 %), mientras que pocos consideran que estas proliferan principalmente en educación (1 %) o noticias sociales (4 %).

Cuadro 5: Tipos de noticias en las que prevalece la presencia de noticias falsas

Ámbito de la noticia	fi	%
Política	69	56
Sociales	4	3
Economía	30	24
Ciencia	19	15
Educación	1	1
Otras	0	0
Total	123	100

Fuente: encuesta realizada a los docentes.

Al preguntarles a los docentes si se sentían capaces de identificar eficazmente las *fake news*, la mayoría (76 %) respondió afirmativamente. Sin embargo, al consultar si consideraban necesario ser capacitados para mejorar sus habilidades

en la identificación de *fake news*, la mayoría (77 %) consideró que necesita dicha capacitación, contra un pequeño porcentaje (23 %) que la ve innecesaria.

Los docentes manifestaron que se informan principalmente a través de medios digitales. Las respuestas sobre la procedencia de las *fake news* se resumen en el cuadro 6. La mayoría consideró que las redes sociales digitales son la principal fuente de este tipo de información (59 %), mientras que la radio figura como el medio que menos las difunde.

Cuadro 6. Principales fuentes de *fake news* según los encuestados

Fuente	fi	%
Redes sociales digitales	72	59
Televisión	14	11
Radio	8	7
Prensa escrita	10	8
Prensa digital	19	15
Total	123	100

Fuente: encuesta realizada a los docentes

En cuanto a qué redes consideran que contribuyen más a la difusión de *fake news*, las respuestas fueron variadas (cuadro 7), con un predominio de WhatsApp y Facebook. En la categoría «otras» se incluyeron TikTok, Twitch, Telegram y Pinterest.

Cuadro 7: Redes sociales digitales como principales fuentes de propagación de *fake news*

Red social	fi	%
WhatsApp	26	21
Facebook	31	25
Instagram	30	24
Twitter	16	13
YouTube	11	9
Otras	9	7
Total	123	100

Fuente: encuesta realizada a los docentes

Al analizar las estrategias que usan para la identificación de este tipo de información falsa (cuadro 8), manifestaron usar principalmente la verificación del emisor, bien sea una página web o un autor específico (56 %).

Cuadro 8: Estrategias usadas por los docentes para la identificación de *fake news*

Estrategias	fi	%
Comprobar el emisor (autor/página)	65	53
Verificar fotos/videos	10	8
Usar aplicaciones/complementos para verificación de noticias falsas	8	7
Buscar misma noticia en diversas fuentes	34	28
Verificar la fecha de la noticia	6	5
Total	123	95

Fuente: encuesta realizada a los docentes

Finalmente, el cuadro 8 muestra que pocos han empleado aplicaciones o complementos disponibles para verificar fotos o videos y la información que se sospeche falsa. La estrategia menos utilizada es verificar la fecha de la noticia (5 %).

Discusión

Esta investigación tuvo como propósito explorar el conocimiento sobre *fake news* de docentes de una universidad privada limeña. A partir de estos hallazgos, es posible afirmar que existe la necesidad de planes de capacitación mediática e informacional para los docentes, quienes posteriormente podrían también instruir a sus estudiantes y evitar que sean víctimas y portavoces de noticias falsas.

Los resultados mostraron una contradicción entre la autopercepción de los docentes sobre su conocimiento de las *fake news* y lo que realmente parecen saber. Esta se apreció cuando se cotejaron las respuestas relacionadas con autoperibirse capaces de identificar *fake news* (76 % considera que lo son) y la identificación del concepto de *fake news* (con solo 26 % de respuestas correctas). Además, los docentes parecen aceptar tácitamente que no están lo suficientemente

preparados para evitar ser víctimas de este tipo de noticias, pues aún cuando ellos consideran que saben sobre *fake news*, la mayoría (77 %) manifestó necesitar capacitación al respecto; este es un porcentaje mayor al de los docentes que se creen capaces de identificarlas (76 %). La opinión de los docentes está alineada con lo planteado por De Vega-Martín et al. (2022) en cuanto a lo necesaria que es la educación mediática e informacional en estos tiempos, en especial para los profesionales en educación y comunicación.

Esta necesidad de capacitación de los docentes encuestados se hace más evidente al notar que pocos realmente identifican la definición de *fake news* y usan las estrategias más eficientes para reconocerlas rápidamente. Los resultados de esta investigación no son los únicos que han detectado estas deficiencias en el ámbito universitario. Turpo et al. (2022) realizaron una revisión sistemática de la literatura sobre educación mediática e informacional en docentes peruanos y encontraron deficiencias que reflejan la necesidad de formar a los docentes para la correcta confrontación de los medios. Por su parte, Pineda et al. (2020) encontraron carencias en cuanto a la identificación, procesamiento y distribución de *fake news* en toda la comunidad universitaria (estudiantes, administrativos y docentes) en una institución colombiana. Weiss et al. (2020) tuvieron resultados similares con docentes universitarios estadounidenses: notaron que esta falta de preparación en cuanto a noticias falsas interfiere en la enseñanza de habilidades para el pensamiento crítico. No obstante, contrasta con lo reportado para docentes madrileños, quienes mostraron tener los conocimientos y competencias necesarios para no ser víctimas de las *fake news* (M'Rabet y Hervás, 2021). Este contraste ratifica, a juicio de los investigadores, las necesidades de futuros estudios que permitan indagar en las necesidades propias de cada contexto universitario para poder definir planes de capacitación que las cubran eficientemente.

Silva y Ribeiro (2020) sostienen que las redes sociales digitales son espacios en los que la mayoría de las personas accede a información sin un filtro crítico, exponiéndose a la manipulación y alienación. Al igual que en el estudio de M'Rabet y Hervás (2021), en esta investigación se observó que las redes sociales digitales son vistas como los principales medios de comunicación para *fake news*. Así también lo encontraron Catalina-García et al. (2019) para estudiantes de

comunicación de Brasil, España y Portugal, quienes reportaron un mayor consumo de medios digitales que los tradicionales impresos. Mendiguren et al. (2020) expresan que las redes sociales digitales son los principales difusores de este tipo de noticias por su fácil uso y acceso debido a la hiperconectividad e hiperglobalización que potencian la viralización y hacen que estos contenidos de dudosa procedencia se compartan de manera masiva rápidamente.

En cuanto a las redes que se consideran principales fuentes de propagación de *fake news*, los resultados del presente estudio son consistentes con los de Pérez et al. (2021), quienes también encontraron que WhatsApp y Facebook son vistas como las principales (73,7 % y 68,8 %, respectivamente). Los docentes limeños encuestados consideraron que Twitter es una de las redes sociales digitales que menos difunde *fake news*. Este hallazgo es similar al de estudios previos que han constatado la veracidad de información en esta red social (Mendiguren et al., 2020), pero difiere de lo reportado por Grinberg et al. (2019) y Padda (2020), quienes han mostrado que Twitter es una importante fuente de *fake news*, especialmente relacionadas con política. Sería oportuno diseñar estudios que permitan conocer la verdadera propagación de *fake news* en estas redes y contrastar si esa percepción de los usuarios efectivamente se corresponde con los contenidos compartidos allí. De igual forma, sería importante conocer en qué medida los docentes comparten *fake news*, pues, si no logran identificarlas apropiadamente, es muy posible que contribuyan a que se difundan.

Los docentes manifestaron su deseo de ser formalmente capacitados en materia de *fake news*, aun quienes decían saber identificarlas eficientemente. El interés por recibir educación mediática e informacional deja ver que se reconoce la importancia de detectar rápidamente este tipo de noticias y evitar su propagación. Sería oportuno que dentro de las instituciones se hagan estudios que permitan analizar las necesidades educativas mediáticas e informacionales de los docentes de diferentes carreras, pues en la literatura se han documentado variaciones en el conocimiento y afrontamiento de *fake news* en función de esta variable, al igual que de la edad y el género de los educadores (Weiss et al., 2020).

En las respuestas obtenidas, se notó que muy pocos verifican la fecha de origen de la noticia y prevalece la identificación de la fuente y su credibilidad como

principal estrategia de identificación de *fake news*. Esta se encuentra dentro de las que se recomiendan en la literatura (López-Borrull et al., 2018; Palomo y Sedano, 2018), pero se hace preciso incrementar el conocimiento sobre otras estrategias apoyadas en la tecnología que obtuvieron frecuencia de uso muy baja. Entre las que se deberían incluir en planes de información se encuentran las planteadas por López-Borrull et al. (2018) para trabajar en el ámbito académico, tales como: criterios para evaluar información, utilizar sitios web de comprobación de hechos y leer fuentes acreditadas.

Los docentes identificaron los temas política y economía como los principales sobre los que se difunden notificaciones falsas. Así se ha notado en otros estudios en los que se ha reportado que las redes sociales digitales son el ambiente perfecto para la expansión de contenidos de dudosa procedencia y en especial en la esfera política (Guess et al., 2020; Mendiguren et al., 2020) como parte de estrategias alrededor de intereses de diferente índole (Galarza, 2021).

Si bien esta investigación reveló información importante que puede ser de utilidad para justificar y planificar planes de educación mediática e informática, también ha tenido una limitación que es preciso discutir. Al tratarse de una muestra no probabilística a conveniencia, no se logró tener un número equilibrado de hombres y mujeres para poder establecer comparaciones entre ambos sexos y rangos etarios, pues algunos estudios sugieren que existen diferencias en el efecto que las *fake news* pueden tener en función del sexo (Almenar et al., 2021) y la edad de su receptor (Brashier y Schacter, 2020; Maftai et al., 2022). En futuros estudios sería interesante incluir estas variables en los análisis.

Conclusiones

El conocimiento sobre *fake news* que manifiestan tener los docentes no es suficiente para su rápida identificación y descarte, por lo que son vulnerables ante estas y son potenciales replicadores. En este sentido, se confirma la necesidad de un plan de capacitación para la educación mediática e informacional de docentes universitarios limeños. Esta capacitación no debería estar basada solo en clases magistrales, sino que debería incluir talleres prácticos enfocados en la resolución de problemas con casos reales. Se detectó la necesidad de capacitación que abarque desde la conceptualización de las *fake news* hasta estrategias y herramientas para su detección y prevención de difusión. Además, se considera que este tipo de capacitaciones debería extenderse a toda la comunidad estudiantil y demás miembros de la comunidad universitaria. Para tal fin, sería oportuno realizar estudios exploratorios que permitieran conocer sus necesidades de educación mediática e informacional.

Este estudio cumplió su función como un primer paso para explorar el tema y permitió trazar una línea de trabajo más clara en materia de investigación para mejoras en la formación de competencias comunicacionales relacionadas con las *fake news* en esta universidad. En esta línea, un siguiente estudio comprenderá un diagnóstico de necesidades específicas en materia de educación mediática e informacional de los docentes. Este diagnóstico deberá considerar las necesidades en función de sus edades y sexos. De igual forma, debería contemplar el recojo de información sobre necesidades y expectativas en cuanto a aspectos de contenido (qué aprender), modalidad de enseñanza (a distancia, presencial, híbrida), estrategias didácticas (clases magistrales, clases demostrativas, actividades vivenciales, otras), tipo de capacitación al que aspiran los docentes (talleres, cursos, diplomados) y tiempo promedio que deberían durar estos programas, entre otros.

Agradecimientos

Los autores agradecemos a Ferreol Gerardo Aliaga del Río Duppmel, Alessandro Purizaga Sandoval y Marycielo Christina Bazán Montalvo, estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL), por su colaboración

para el primer recojo de información (fase piloto del estudio) y a los dos expertos externos (cuyo anonimato pidieron mantener) por sus comentarios a la versión preliminar del manuscrito.

Referencias bibliográficas

- Alcolea-Díaz, G., Reig, R. y Mancinas-Chávez, R. (2020). Currículo de alfabetización mediática e informacional de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 28(62), 99-109. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>
- Almenar, E., Aran-Ramspott, S., Suau, J. y Masi, P. (2021). Gender Differences in Tackling Fake News: Different Degrees of Concern, but Same Problems. *Media and Communication*, 9(1), 229-238. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3523>
- Bernal-Triviño, A. y Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es. *El profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Brashier, N. y Schacter, D. (2020). Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316-323. <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>
- Catalina-García, B., Sousa, J. y Sousa, L. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93-115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>
- Clavero, J. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, 29, 167-180. <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1857>
- Delgado-Ponce, A. y Pérez-Rodríguez, M. (2018). La competencia mediática. En R. García-Ruiz, M. Pérez-Rodríguez y Á. Torres (eds.), *Educación para los nuevos Medios Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital* (pp. 13-26). Universidad Politécnica Salesiana.

- Estrada-Cuzcano, A., Alfaro-Mendives, K. y Saavedra-Vásquez, V. (2020). Disinformation y Misinformation, Posverdad y Fake News: precisiones conceptuales, diferencias, similitudes y yuxtaposiciones. *Información, cultura y sociedad*, 42, 93-106. <https://dx.doi.org/10.34096/ics.i42.7427>
- Fallis, D., y Mathiesen, K. (2019). Fake news is counterfeit news. *Inquiry*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2019.1688179>
- Galarza, R. (2021). ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *adComunica: revista de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, 21, 265-286. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.13>
- Gómez, H. (2013). Desinformación en Internet y hegemonía en redes sociales. *Gestión de las personas y la tecnología*, 5(16), 26-34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759721>
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B. y Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016. *Science*, 363(January), 374-378. https://doi.org/10.1007/978-981-16-3398-0_14
- Guess, A., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J., Nyhan, B., Reifler, J. y Neelam, S. (2020). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *PNAS*, 11(27), 15536-15545. <https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117>
- Gutiérrez, A. y Torrego, A. (2018). Educación mediática y su didáctica. Una propuesta para la formación del profesorado en TIC y Medios. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 91(32.1), 15-27.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Jones-Jang, S., Mortensen, T. y Liu, J. (2019). Does Media Literacy help Identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Levi, S. (2019). *#FakeYou: Fake news y desinformación*. Rayo Verde Editorial.
- López-Borrull, A., Vives-Gràcia, J., y Badell, J. I. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *El*

Profesional de la Información, 27(6), 1346-1356.
<https://doi.org/10.3145/EPI.2018.NOV.17>

- M'Rabet, R. y Hervás, C. (2021). *Innovación en la docencia e investigación de las ciencias sociales y de la educación*. Colección Conocimiento Contemporáneo. Dykinson, S. L.
- Maftai, A., Holman, A. y Merlici, I. (2022). Using fake news as means of cyberbullying: The link with compulsive internet use and online moral disengagement. *Computers in Human Behavior*, 127. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107032>
- Mateus, J. (2022). *Educación mediática: Emergencia y urgencia de un aprendizaje pendiente*. Universidad de Lima.
- McDougall, J., Brites, M., Couto, M. y Lucas, C. (2019). Digital literacy, fake news and education/Alfabetización digital, fake news y educación. *Cultura y Educación*, 31(2), 203-212. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603632>
- Mendiguren, T., Pérez, J. y Meso, K. (2020). Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171-184. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A10>
- Mottola, S. (2020). Las fake news como fenómeno social. Análisis lingüístico y poder persuasivo de bulos en italiano y español. *Discurso y Sociedad*, 14(3), 683-706.
- Nieves-Cuervo, G., Manrique-Hernández, E., Robledo-Colonia, A. y Grillo, A. (2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45. <https://dx.doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>
- Osuna-Acedo, S., Frau-Meigs, D. y Marta-Lazo, C. (2018). Educación Mediática y Formación del Profesorado. Educomunicación más allá de la Alfabetización Digital. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 91(32.1), 29-42.
- Pablos, J. de y Ballesta, J. (2018). La Educación mediática en nuestro entorno: realidades y posibles mejoras. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32(91), 117-132.

- Padda, K. (2020). Fake news on Twitter in 2016 U.S. presidential election: a quantitative approach. *The Journal of Intelligence, Conflict, and Warfare*, 3(2), 18-45. <https://doi.org/10.21810/jicw.v3i2.2374>
- Palomo, B., y Sedano, J. (2018). WhatsApp como herramienta de verificación de fake news. El caso de B de Bulo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1384-1397. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1312>
- Pennycook, G., y Rand, D. (2020). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*, 66(11), 4944-4957. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Pérez, A., Barón, G. y Rubio, J. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: Redes sociales, 'fake news' y confianza en tiempos de pandemia. *Index.Comunicación*, 11(2), 187-208. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Mapeod>
- Pérez-Escoda, A., Ortega, E. y Pedrero, L. (2022). Alfabetización digital para combatir las fake news: estrategias y carencias entre los/as universitarios/as. *Revista Prisma Social*, 38, 221-243. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4696>
- Pineda, H., Jima-González, A., Paradela-López, M., Acevedo, H., Agudelo, A., Areiza, S., García, C., Giraldo, S., Holguín, C., Loaiza, K., Montoya, A., Ortega, J., Ospina, T. y Parra, J. (2020). ¿Preparados para las fake news? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia. *En-Contexto*, 8(12), 175-204.
- Ruiz, C. (2013). *Instrumentos y técnicas de investigación educativa un enfoque cuantitativo y cualitativo para la recolección y análisis de datos*. DANAGA Training and Consulting.
- Salas, C. (2019). La primera «fake news» de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 411-431. <https://doi.org/10.5209/hics.66268>
- Sánchez, F. (2021). Educar la mirada. El discurso informativo de las «fake news» en el currículo de Secundaria y Bachillerato. *Contextos Educativos*, 27, 153-167. <https://doi.org/10.18172/CON.4865>
- Shu, K. y Liu, H. (2019). *Detecting fake news on social media*. Morgan y Claypool.

- Silva, L. de A., y Ribeiro, M. S. de S. (2020). Pesquisa-formação sobre fake news numa perspectiva crítica: discurso anticiência. *UFG*, 20(26). <https://doi.org/10.5216/revufg.v20.65944>
- Tamayo, E., Zona, R., Loaiza, Z. y Yasaldez, E. (2015). El pensamiento crítico en la educación. Algunas categorías centrales en su estudio. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 11(2), 11-133.
- Tandoc, E., Lim, Z. y Ling, R. (2017). Defining «Fake News». *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Turpo, O., Aguaded, I. y Barros, C. (2022). Alfabetización mediática e informacional y formación docente en países en desarrollo: el caso de Perú. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 321-327. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2710/2668>
- Valladares, L. (2022). Post-Truth and education. *Science y Education*, 31, 1311-1337. <https://doi.org/10.1007/s11191-021-00293-0>
- Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T. y Suárez-Álvarez, R. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos.info*, 49, 192-212. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27875>
- De Vega-Martín, A., Pinedo-González, R. y Gutiérrez-Martín, A. (2022). Alfabetización mediática e informacional en las Escuelas de Imagen y Sonido. Percepciones de profesorado y alumnado. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 11(2), art. 10. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v11i2.14978>
- Vosoughi, S., Roy, D. y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>
- Weiss, A., Alwan, A., Garcia, E. y García J. (2020). Surveying fake news: Assessing university faculty's fragmented definition of fake news and its impact on teaching critical thinking. *International Journal of Educational Integrity*, 16(1), 1-30. <https://doi.org/10.1007/s40979-019-0049-x>
- Young-Brown, F. (2019). *Fake News and Propaganda*. Cavendish Square Publishing.

Nota del editor: el editor responsable por la publicación del presente artículo es Mario Barité.

Nota de contribución autoral: Bexi Perdomo: investigación, escritura, recursos y tecnología y gestión (40 % de aporte). Claudia Ríos Meza: escritura, investigación y recursos y tecnología (30 % de aporte). Mario Baldeón Sandoval: escritura, recursos y tecnología e investigación (30 % de aporte).

Anexo A. Cuestionario

Título de la investigación: Conocimiento sobre *fake news* en docentes universitarios

Código: _____ (a asignar por el equipo de investigación)

Parte 1. Información general

- Correo electrónico: _____
- Edad: _____
- Grado académico: Marque con una X es más alto obtenido.

Titulado	<input type="checkbox"/>
Magister	<input type="checkbox"/>
r	<input type="checkbox"/>
Doctor	<input type="checkbox"/>

Parte 2. Objetivo del cuestionario

El presente cuestionario tiene como objetivo recolectar información relacionada con el conocimiento de docentes universitarios sobre *fake news*, como parte de un estudio académico que permitirá dar respuesta a las interrogantes planteadas en la investigación.

Parte 3. Consentimiento

Para lograr el objetivo planteado en la investigación se requiere su consentimiento y colaboración, la cual consistirá en responder los presentes ítems del instrumento. Su participación será anónima y no implica contraprestación por parte de los investigadores ni de la universidad. De igual forma, su participación es voluntaria y no implicará repercusiones negativas para quienes participen. La información suministrada por usted solo será con el objetivo de investigación científica. Si comprende los respectivos términos anteriormente redactados y es consciente de participar, marque 'sí' y comience a responder el cuerpo del instrumento. Si no desea participar, cierre este formulario.

Sí	<input type="checkbox"/>
Cerrar	el <input type="checkbox"/>

formulario

Parte 4. Cuerpo del instrumento

Responda seleccionando la opción que usted considere más apropiada. En el caso de las opciones múltiples, solo podrá elegir una opción.

1. ¿Cuál de las siguientes definiciones considera apropiada para las *fake news*?

- a) Noticias creadas por grupos sociales, políticos o económicos para manipular la opinión de la colectividad.
- b) Difusión sobre hechos inventados para escandalizar la opinión pública.
- c) Distorsión de noticias reales para generar matrices de opinión sesgadas en la comunidad.
- d) Todas las anteriores

2 ¿Cuál cree que es el tipo de noticias en las que prevalecen las *fake news*?

- a) Política
- b) Sociales
- c) Economía
- d) Ciencia
- e) Educación
- f) Otras: especifique

3 ¿Logra identificar con rapidez la veracidad de una noticia?

- a) Sí
- b) No

4 ¿Cuál es la principal fuente de *fake news*?

- a) Redes sociales digitales
- b) Televisión
- c) Radio
- d) Prensa escrita
- e) Prensa digital

5 ¿Cuál es la red social donde se identifican más *fake news*?

- a) WhatsApp
- b) Facebook
- c) Instagram
- d) Twitter
- e) YouTube

f) Otras
(especifique)

6 ¿Cuál considera la mejor estrategia para detectar *fake news*?

- a) Comprobar el emisor (autor/página)
- b) Verificación de fotos/videos
- c) Usar aplicaciones/complementos para verificación de noticias falsas
- d) Buscar misma noticia en diversas fuentes
- e) Verificar la fecha de la noticia

¿Cree que necesita asesoría o capacitación para detectar de una manera más eficaz las *fake news*?

- a) Sí
- b) No

Agradecemos de antemano su tiempo y participación en el llenado de este formulario.