

Tipo de artículo: Artículo original
Temática: Soluciones Informáticas
Recibido: 20/01/2019 | Aceptado: 22/06/2020 | Publicado: 01/09/2020

Competencias mediáticas para la ciudadanía en tiempos de fakenews

Media skills for citizens on fakenews times

Yasmani Pérez Forteza¹, Yolier Izquierdo Cuellar²

¹ Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana. Pasaje A #26, e/ 4ta y 5ta, Rpto Hermanos Barcón, Pinar del Río, Pinar del Río. yperez@estudiantes.fcom.uh.cu

² Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana. yicuellar@estudiantes.fcom.uh.cu

* Autor para correspondencia: yperez@estudiantes.fcom.uh.cu

Resumen

El impacto del entorno digital y las redes sociales frente a los medios de comunicación tradicionales contribuye al cambio de las prácticas de acceso a la información. En tal contexto, el auge de las noticias falsas con determinadas intencionalidades y su fácil propagación por tales canales, impacta en el consumo de información por parte de la ciudadanía. Como una oportunidad para hacer frente a la desinformación constituye el aumento de las competencias de la ciudadanía mediante la alfabetización mediática e informacional para la verificación de noticias falsas en plataformas de redes sociales. La presente investigación presentó como objetivos sistematizar presupuestos teórico-conceptuales que tributan al estudio de las competencias mediáticas de la ciudadanía para la verificación de noticias falsas en redes sociales y caracterizar la incidencia de la sociedad hipercomunicada en la percepción y acción comunicativa de las audiencias contemporáneas, mediante el empleo de la técnica de la revisión bibliográfica documental. Con la misma se determinó que constituye un imperativo estudiar y promover la apropiación de TIC para un ejercicio ciudadano acorde con los riesgos y oportunidades de nuestros tiempos.

Palabras clave: Competencias mediáticas, fake news, fact checking, alfabetización mediática, redes sociales.

Abstract

The impact of the digital environment and social networks on traditional media contribute to the change of information access practices. In this context, the rise of false news with controlled intentions and its easy propagation through storytelling, impacting the consumption of information by citizens. As an opportunity to deal with

misinformation, it constitutes the increase of citizenship competencies through medical and information literacy for the verification of false news on social media platforms. The present research presents as objectives systematize theoretical-conceptual budgets that contribute to the study of the medical competences of citizens for the verification of false news in social networks and characterize the incidence of hypercommunicated society in the perception and communicative action of modern audiences, by means of the documentary bibliographic review technique.

Keywords: *Media skills, fake news, fact checking, media literacy, social networks.*

Introducción

Cuando en 1996 se envía desde Cuba el primer correo electrónico internacional, previa autorización del gobierno de Estados Unidos, diversas eran ya las peculiaridades que marcaban y marcan el desarrollo de Internet, y las telecomunicaciones en general, en la Isla. Algunas de estas condicionantes han sido: el contexto político y económico atípico del país, condicionado por la política hostil norteamericana, y la no existencia de una visión estructurada en políticas sólidas relacionadas con el desarrollo de infraestructura y capacidades.

Sin embargo, el anuncio de la apertura del servicio Nauta por parte de la única empresa de telecomunicaciones del país, ETECSA, en el año 2013 constituyó un antes y después en el acceso de Internet en Cuba. Actualmente la sociedad cubana evidencia un mayor empleo de las tecnologías de la información y la comunicación, al tener uno de cada dos cubanos acceso a la telefonía celular y estar vigentes casi 700 000 paquetes de datos móviles en abril de 2019.

Aprobada en febrero de 2017, la Política Integral para el Perfeccionamiento de la Informatización de la Sociedad en Cuba define entre sus prioridades el acceso de los ciudadanos al empleo de las nuevas tecnologías, las garantías de la ciberseguridad frente a amenazas de cualquier tipo y la superación del capital humano.

El presidente de los Consejos de Estado y de Ministros, Miguel Díaz Canel señalaba en la Asamblea Nacional del Poder Popular que “hay una voluntad política del Gobierno cubano por desarrollar la informatización de nuestra sociedad y los resultados evidencian que se ha avanzado en este proceso, que atraviesa transversalmente todos los procesos ideológicos, económicos y sociales del país”.

Según estadísticas internacionales, casi un 50 % de los cubanos se conecta a servicios de Internet y hace uso de las redes sociales internacionales, al tener en el año 2017 uno de los mayores crecimientos de usuarios registrados en Facebook.

En la ciudadanía, los colectivos laborales y estudiantiles, existe desconocimiento sobre los riesgos existentes en sus conexiones a servicios en línea de terceros y los hábitos negativos al conectar en redes sociales, provocado por la insuficiente preparación y los carentes esfuerzos de comunicación social referidos al tema (Cancino, 2019). Cuba es uno de los países con mayor instrucción en el mundo, y desde el año 2002 incluye en los planes de estudio de todos los niveles la Computación, sin embargo, en términos de uso y conocimiento de Internet estos planes, al tener una visión instrumental, se encuentran desfasados de la sociedad hiperconectada actual.

La Política de Comunicación Social plantea, dentro de sus actividades a implementar, el desarrollo de programas de educación en las escuelas, que posibiliten utilizar las ventajas de un sistema social equitativo al integrar todos los aspectos que rigen nuestro propio desarrollo y convertir el espacio digital en un campo de batalla contra la banalización y la guerra simbólica.

A través de las Tics se evidencia además un auge mayor de las agresiones sistemáticas del gobierno de los Estados Unidos y sus aliados internos y externos contra la sociedad y el estado cubanos, mediante las habituales maneras de la desinformación, la tergiversación y la calumnia, las cuales tienen un mayor alcance y perfeccionamiento en el ciberespacio.

En tal contexto y no solo en Cuba, las prácticas de acceso a la información han cambiado en los últimos años. Medios tradicionales como la prensa impresa, la radio y la televisión disminuyen su impacto frente al entorno digital y las redes sociales, de las cuales se han apoderado predominantemente las nuevas generaciones.

La circulación de un video donde supuestamente los vecinos del municipio Regla, en La Habana, se manifestaron en contra del presidente Miguel Díaz Canel Bermúdez durante una visita a esta localidad luego del paso del tornado del 27 de febrero o las propias declaraciones del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, calificó a los colaboradores cubanos en Venezuela como mercenarios, indican el poco o ningún nivel el compromiso con la verdad, provocado por las fakenews.

Tal ambiente comunicativo demanda una alfabetización que le brinde herramientas a los ciudadanos para tener competencias digitales que vaya más allá del enfoque instrumental y tecnológico que resulta insuficiente para construir una ciudadanía digital con capacidades críticas y reflexivas sobre la realidad.

A pesar del carácter exploratorio de esta investigación, puesto a que su categoría de análisis, competencias mediáticas de la ciudadanía para la verificación de noticias falsas en redes sociales, no ha sido objeto de estudio por parte de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, podemos encontrar referentes en cuanto al fenómeno de las noticias falsas en Noticias falsas en Facebook. Elecciones Brasil y México 2018 de Dinella García Acosta (2019). Asimismo, otros referentes se encuentran en Artesanías de sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red, tesis de maestría de Anidelys Rodríguez Brito (2012), al igual que las tesis de licenciatura Ojo en red: horizontes digitales de la ciudadanía cubana. Acercamiento a las prácticas de participación ciudadana expresadas por un grupo de usuarios cubanos en Facebook de Aimeé Pujadas Clavel (2014).

Para llevar a cabo el estudio se cuenta con los elementos necesarios: bibliografía digital actualizada; recursos humanos y materiales. La intención de investigación surgió como parte de la Cátedra de Comunicación e Información para el Desarrollo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Materiales y métodos

Para orientarnos en el campo de las competencias mediáticas de la ciudadanía, la alfabetización mediática e informacional y el fenómeno de las noticias falsas en redes sociales se consultaron un conjunto de expertos, fundamentalmente profesores de la disciplina Comunicación Hipermedia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. A partir de estos encuentros se realizó una búsqueda documental de principales artículos referidos al tema investigado y se tomaron como referentes los indicadores de competencias mediáticas señalados por el Dr. Joan Ferrés Prats, profesor Titular de la Facultad de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona y los aportes del catedrático Ignacio Aguaded, de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Huelva. En la revisión bibliográfica documental se procesaron 20 artículos científicos, publicados el 80 % en la última década y de países como Cuba, Argentina, Ecuador, Colombia y España, los cuales fueron resultado del ingreso de la categoría de análisis competencias mediáticas + fake news en el buscador Google Scholar.

Resultados y discusión

Diversos estudios indican como una tendencia internacional que las redes sociales, y dentro de estas Facebook, se han convertido en una de las principales fuentes para encontrar, discutir y compartir información por parte de los usuarios, en un espacio social, económico, científico y cultural donde confluyen otras formas de lectura/escritura/producción de contenidos resultado de su uso.

Los usuarios pasan a ser de consumidores de información a productores y gestores de sus propios contenidos, consolidando Redes Sociales desarrolladas en un lugar en el que comunicarse, intercambiar información, solventar dudas y conocimiento con otras personas y serán los dueños de los contenidos, que obtendrán una visibilidad exponencialmente infinita y sin mediar un conocimiento tecnológico profesional para su manejo y ‘colgado’ (Domínguez, 2008).

Romero (2012) señala que las redes de interconexión social contribuyen a la sobresaturación del espectro comunicativo, contribuyendo en gran medida a una desinformación propia, endógena, de todo proceso de comunicación masiva, por lo que se podría considerar a la desinformación como un estado natural del ecosistema, más que la usual mirada amoral y fuera de contexto de cualquier ética de la comunicación.

Los medios sociales no son nada más que herramientas usadas principalmente por la política para manipular el pensamiento y las acciones de las masas, estén ellas en un mundo democrático o no (Carlini, 2018).

“Un nuevo escenario donde generar contenidos se encuentra en un entorno en el que desaparecen las fronteras entre medios masivos” (Acosta, 2010). La supuesta libertad informativa trae consigo el cambio de concepción que se tiene sobre las noticias determinado por el apresurado manejo que se le da a cada suceso, lo cual trae consigo un sin número de equívocos provocando que la información se tergiverse y pierda su esencia. Se le otorga más valor al corto tiempo en el que se publica frente al contenido de la misma.

Los usuarios ya no son solo lectores, oyentes o telespectadores inertes que reciben información de los medios, sino más bien individuos participativos (Correa, Arias y Samaniego, 2017). Cuando los prosumidores presentan a la capacidad de generar contenidos propios se hace necesario exponer contenidos con una mirada analítica mediante la ejecución de propuestas analíticas, eficaces y formativas, las cuales deben partir de la capacidad para captar el interés público y de ser críticos con las fuentes que proporcionan contenido.

La transmisión de información en la era digital se realiza a través de diferentes medios y no se encuentra desligada de la ideología política que cada canal informativo muestra o posee, a esta cuestión hemos de añadir el valor y realidad de la información, aspectos que desde siempre han preocupado e interesado. La cantidad y rapidez con que la información se genera y distribuye provoca la necesidad de que el receptor se encuentre formado, si quiere ser más o menos selectivo con aquello que le interesa (Caldeiro, 2012).

En el caso de Facebook, la red social con un número de usuarios que supera los 2.000 millones, su modelo de recopilación de datos personales le permite segmentar y hacer muy efectiva la publicidad, aunque eso no siempre tenga resultados positivos para la sociedad (Minguel, 2018).

El llamado escándalo de Cambridge Analytica, referido a las elecciones la presidencia de Estados Unidos en 2016, ha supuesto la pérdida de neutralidad que se les suponía a las nuevas plataformas de comunicación mediante la segmentación de publicidad con el objetivo de realizar anuncios personalizados a través del big data. El círculo vicioso impuesto por los algoritmos de grandes compañías como Facebook o Google aniquilan la neutralidad y el azar en las percepciones cibernéticas de la ciudadanía con el fin de reforzar ideas repetidas.

La espiral de desinformación, acrecentada por el mayor uso de las redes sociales esta llamada a convertirse en un fenómeno cíclico debido a que los individuos tenemos presentan mayor tendencia a tomar el contenido que más le gusta o que está acorde a sus preferencias, por lo que comienzan a preferir una fuente de poca calidad cuando sus contenidos son de su agrado o se identifican con los valores que transmite, y de esta forma los usuarios reproducirían, mayoritariamente, información falsa.

Por fake news, tal y como ahora se producen, entendemos el proceso de medias verdades, insinuaciones y mentiras que se propagan por la red de forma viral. Estas falsas informaciones encuentran su caldo de cultivo en las burbujas de opinión de las redes sociales y sirven, fundamentalmente, para reforzar la creencia en determinados hechos o ideas, sin necesidad de que se contrasten contra la realidad (Silverio, 2018).

Con el claro propósito de engañar al usuario, tales contenidos deliberadamente falsos se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica y de forma usual se mueven en redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plataformas.

Censurar y perseguir tales publicaciones no garantizaría que se restaure la confianza en el libre ejercicio de la información y la configuración de la opinión pública debido a que gran parte del público que consume estas noticias falsas, tiene una amplia predisposición a creerlas.

Sin embargo, a la par del auge de las noticias falsas, se han desarrollado muchas iniciativas de fact checking con el objetivo de ofrecer herramientas para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación.

Fuentes, verificación y credibilidad; News Literacy I; Exactitud y verificación en la era digital y Entendiendo los Medios: procesos y principios, constituyen los cursos sobre alfabetización mediática impartidos por el Poynter Institute. Además, la presidenta de Chequeado.com, Laura Zommer, impartió un curso en línea en español sobre fact-checking y periodismo de datos con el auspicio de The Knight Center for Journalism in the Americas.

La mayoría de estrategias para enfrentar la desinformación incluyen la participación de la sociedad civil, la que es también un actor en la producción de la desinformación. Las acciones concertadas, por ejemplo, evidencian una actuación organizada y sistemática para explotar los servicios en beneficio de un fin individual y en detrimento del interés general. Si bien esto no exime de responsabilidad a los intermediarios, sí pone de relieve la necesidad de buscar respuestas, además de las preventivas y educativas, en distintos sectores económicos, políticos y sociales (Cortés y Isaza, 2017).

El fact checking pasa a convertirse en arma infalible de las campañas electorales y permite comprobar la información dudosa que circula por los medios sociales de comunicación, al revolucionarlos procesos de verificación insuficientemente efectivos dentro del periodismo, con su modernización y adaptación al día a día.

Ser ciudadano digital nos ubica en el espacio global que ofrece un carácter igualitario al tener la posibilidad de emitir información sin considerar la edad, género o cualquier otro factor de exclusión. Los modelos de intercambio que permiten la participación y creación de saberes individuales y colectivos por parte de las mayorías debe contemplar un conjunto de competencias que partan del pensamiento crítico. Con el propósito de dar sentido a la información y generar conocimiento, la función de educar, como ciudadanos digitales afronta el reto de construir la unión de dos espacios, el virtual y el social, en uno nuevo.

La competencia mediática de la ciudadanía comporta el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes necesarias que deben tener los ciudadanos como personas que “reciben mensajes e interaccionan con ellos (ámbito del análisis) y que producen mensajes (ámbito de la expresión)” (Ferrés y Piscitelli, 2012), mediante una apuesta real por la alfabetización mediática.

Contribuir al desarrollo de la autonomía personal, al compromiso sociocultural y al desarrollo de una ciudadanía crítica y participativa con los medios de comunicación deber ser la finalidad del desarrollo de las competencias mediáticas de la ciudadanía. Las mismas son el último filtro que han de traspasar las informaciones que luego conformaran sus ideales, opiniones y formas de actuar, con la finalidad de distinguir entre noticias reales y “las medias verdades, insinuaciones y mentiras que se propagan por las redes sociales de forma viral” (Silverio, 2019).

Investigaciones desarrolladas en el contexto español se ha desarrollado una propuesta de dimensiones e indicadores sobre esta nueva categoría de competencia, que se basa en la necesidad de discernimiento que los ciudadanos de estos tiempos tienen frente a los medios de comunicación. La competencia mediática se desarrolla en seis rasgos básicos: lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y estética.

La necesidad de generar una autoconciencia crítica sobre las actitudes que se desarrollan como usuario, receptor y productor en los medios de comunicación debe partir del desarrollo, tanto de capacidades axiológicas y cognitivas como afectivas para la decodificación de los valores que se presentan. Además de mantener una actitud responsable sobre la información, fomente la democracia y la participación en escenarios de convivencia, pluralidad y conocimiento.

En el ámbito de lo educativo el tratamiento de la información y los cambios tecnológicos han derivado en la conceptualización de cuatro clases de alfabetización: 1) la audiovisual, que se relaciona con los medios masivos de comunicación y la imagen; 2) la tecnológica, relacionada con lo digital, que se centra en la utilización de las TIC; 3) la informacional, que se refiere a la capacidad de encontrar, analizar y evaluar la información, y 4) la mediática, que agrupa a todos los medios de comunicación, tanto tradicionales como nuevos (Bernabéu, Esteban, Gallego y Rosales, 2011).

Scolari (2016) va más allá del concepto al considerar que el alfabetismo transmedia puede enriquecer la idea original, al señalar que el consumidor tradicional de medios ahora es un sujeto activo que, además de desarrollar competencias interpretativas, crea nuevos contenidos, los recombina y comparte en las redes digitales.

Ante la convergencia de nuevos medios y lenguajes presentes en el ecosistema digital, se hace necesario propiciar un espacio social diferente, donde esté presente la cultura digital, mediante la adaptación de los ciudadanos a nuevos modelos de alfabetización que trasciendan a la tradicional forma de la capacidad para leer y escribir.

Dividida en un sistema de competencias individuales en donde la persona tiene la capacidad de usar operativamente los medios, comprender críticamente, poder evaluar la información y capacidad de crear, comunicar y participar (Pérez-Tornero y Varis, 2012) caracterizan a la alfabetización mediática.

El movimiento de alfabetización mediática busca provocar el un modo eficaz y rápido la toma de conciencia sobre los medios y las tecnologías. Busca generar un aprendizaje consciente y crítico. Se necesita un programa amplio de reforma educativa en donde la educación en medios tenga un espacio. También es necesario que desde el espacio público se sitúe a la alfabetización mediática como elemento clave del progreso social (Caldeiro y Aguaded, 2012).

La alfabetización mediática es más que la alfabetización digital ya que reconoce la importancia del medio tecnológico y añade valores críticos y de toma de conciencia de la educación en medios.

Morduchowicz (2008) considera que, lejos de ser una novedad pedagógica, es una reclamación que se viene haciendo a la escuela desde hace varias décadas y que está relacionada con los ámbitos de la comunicación y la educación. Desde el desarrollo epistemológico de la acción comunicativa, los enfoques sobre educación en medios se han venido abordando desde varias concepciones: el análisis lineal de causa-efecto entre los medios y las audiencias; el enfoque sociológico; el semiótico y el cultural, que estudia las representaciones sociales y las relaciones de poder inmersas en los medios de comunicación.

Para la emisión de juicios críticos y autónomos se hace necesario la formación de sujetos capaces de analizar la información que produce y consume, así como la situación informacional en la que desarrollan su vida. La formación debe trascender el carácter técnico para convertirse en actitudinal donde se complementen el carácter cognoscitivo y emocional.

Otros autores como Gabela (2007) argumentan que la alfabetización mediática permite la creación de una actitud de constante cuestionamiento sobre el origen de la información, los intereses de los productores y las relaciones que se establecen entre los cambios tecnológicos, los desarrollos sociales y culturales.

La educación en medios propone mejorar los procesos comunicativos, la promoción de la creatividad individual, la formación en el análisis de contenidos, el impulso de la interpretación subjetiva de la acción comunicativa y la disminución de la brecha de inequidad que existe.

Algunas de las habilidades que se desarrollan con este tipo de educación tienen que ver con el uso de las tecnologías, la comprensión de los intereses presentes en los contenidos mediáticos, el análisis crítico de los mensajes emitidos en los distintos formatos, el uso creativo de los medios, y la identificación y selección de contenidos (Ferrés y Piscitelli, 2012).

En los últimos años se ha venido liderando desde organismos internacionales y académicos la idea de conjugar en una sola alfabetización lo mediático y lo informacional, en tanto que son procesos que, con los cambios tecnológicos y comunicativos de estos tiempos, convergen en la cotidianidad de las personas.

Autores como Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong y Cheung (2011) conceptualizan la alfabetización mediática e informacional (AMI) como el proceso educativo de «empoderar a las personas en todos los ámbitos de la vida para buscar, evaluar, utilizar y crear la información de una forma eficaz para alcanzar sus metas personales, sociales, ocupacionales y educativas».

El empoderamiento de la ciudadanía en el mundo digital constituye un derecho básico que garantice y promueva la inclusión social en todas las naciones. Además, puede constituir una garantía para disminuir las brechas con respecto al acceso a una información adecuada, veraz y oportuna.

La alfabetización mediática e informacional (AMI) se fundamenta en tres elementos claves: las funciones de los medios en las sociedades democráticas, las condiciones y el contexto en el cual se desarrollan estas funciones y las estrategias de evaluación de las funciones, los contenidos y los servicios que promueven los medios (Bernabéu, Esteban, Gallego y Rosales, 2011).

La articulación de las competencias individuales frente a los medios de comunicación, creadas por la AMI, se articula en tres niveles piramidales de competencias según Pérez y Varis (2012), los cuales son la base, referidas a las competencias de acceso y uso de los medios; las competencias relacionadas con la comprensión y la crítica; las terceras, y las competencias de producción comunicativa y creativa.

Adquirir estas capacidades tiene una repercusión directa en la adquisición de normas de conducta, en la relación cognitiva con los medios de comunicación y en el desarrollo del lenguaje mediante la construcción de sujetos críticos frente a la información y mediáticamente alfabetizados. Frente al mundo globalizado se hace necesario entender la confluencia de intenciones empresariales, políticas, sociales y culturales que existen en los medios de comunicación con la finalidad de influir en la percepción del mundo y en las decisiones que se toman en la sociedad.

Diversas son las perspectivas y discusiones suscitadas sobre la relación entre la alfabetización mediática y la informacional, la primera más encaminada en revisar a los medios de comunicación como una lente a través de la cual ver el mundo y expresarse uno mismo (Livingstone, Couvering y Thumim, 2005), con mayor énfasis en disciplinas de las ciencias sociales como la educación, la comunicación, la psicología o la salud ocupacional (Lee y So, 2014); mientras la segunda, que concentra su interés en disciplinas como las ciencias de la información, la biblioteconomía, la informática, aunque también en la educación (Lee y So, 2014), consiste en analizar la información y los contenidos sin importar su emisor (Boekhorst, 2012).

A pesar de que se considera a la alfabetización mediática como una subcategoría de su área de estudio de la informacional, diversas organizaciones internacionales como la UNESCO hacen un llamado urgente a integrar ambos campos de estudio en un solo conjunto combinado de competencias necesarias para el desarrollo integral de la vida y el ámbito profesional.

Aunque la alfabetización informacional resulta más extensa que su par mediática, pero más reducida en sus disciplinas de aplicación, ambos campos coinciden en ciertos aspectos y comparten preocupaciones comunes, objetivos y directrices futuras (Lee y So, 2014), entre las que se encuentran los contenidos, la información y los medios digitales.

Independientemente de los debates, encuentros y desencuentros entre ambas áreas de estudio, ante los medios no cabe más opción que aprender a convivir con ellos (Aguaded, 2014), a la vez que constituye un imperativo que las estrategias para el adecuado consumo de contenidos por parte de la infocidadanía partan desde la propia educación.

Con la finalidad de juntar esfuerzos para impulsar hábitos responsables de consumo digital, a la vez que los ciudadanos se adaptan constantemente a los cambios de las plataformas y sus maneras de comunicarse, se hace necesario la cooperación entre ambas ramas de estudio.

Conclusiones

Defender el derecho a la comunicación y a la participación para que los ciudadanos sean capaces de actuar en forma colectiva frente a las problemáticas tanto locales como globales es uno de los desafíos de la sociedad informacional. Constituye un imperativo estudiar y promover la apropiación de TIC para un ejercicio ciudadano acorde con los riesgos y oportunidades de nuestros tiempos.

La influencia ejercida por la información mediática sobre el receptor se hace efectiva frente al conjunto de valores y actitudes de los usuarios con respecto a los intereses de quien la produce. Mientras que la magnitud de tales efectos se incrementa por la velocidad y la magnitud de la difusión de contenidos, muchas veces desconocidos por el ciudadano.

En este contexto se deriva la necesidad de formación y adquisición de habilidades socio-comunicativas que le posibiliten a ciudadanía la convivencia, el entendimiento y favorezcan el desarrollo de la autonomía crítica para convertirse en individuos responsables y participativos.

El fact checking ha de convertirse en una práctica habitual no solo en los medios, sino en los propios ciudadanos, siendo estos mismos el último filtro que han de traspasar las informaciones que luego conformaran sus ideales, opiniones y formas de actuar.

Tanto medios como instituciones han de llevar a cabo acciones para combatir la propagación de la desinformación, pero, para que la sociedad asuma la importancia que tiene el hecho de comprobarla veracidad de las informaciones, hay que realizar una misión de alfabetización.

La presente investigación sistematiza las referencias teóricas referentes al tema investigado y constituye un acercamiento a la necesidad de profundizar el marco de estudio a partir de las experiencias prácticas propias del contexto cubano debido al aumento constante del acceso a Internet por parte de la ciudadanía.

Referencias

- AGUADED, JI. Desde la infoxicación al derecho a la comunicación. *Comunicar*, 2014, 4(21): 7-8.
- CALDEIRO, M. C. La educación ante las nuevas miradas: competencia comunicativa y actitud crítica de la ciudadanía. *Revista Iberoamericana de Educación*, 2012, 59(4).

- CALDEIRO, M. C. Y AGUADED, J. I. Ciudadanía, pantallas y educación: la competencia mediática en los menores. *Educ@rmos*. 2012, 4: 51-68.
- CARLINI, A. Las redes sociales como factor de desestabilización. *bie3: Boletín IEEE*, 2018, 11, 216-230.
- CORREA, D. J., ARIAS, C. Y SAMANIEGO, G. La participación del Prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA Research Journal*, 2017, 2(11): 179-185.
- CORTÉS C. Y ISAZA, L. Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatirla desinformación. *Comunicar*, 2017, 19 (38): 85-92.
- DOMÍNGUEZ, D. C. El nuevo modelo global de comunicación a partir de las redes sociales y TT. II. CC. *Revista de comunicación de la SEECI*, 2008, (16), 115-145.
- FERRÉS, J. Y PISCITELLI, A. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 2012, 19 (38): 75-82.
- GABELAS, J. (2007) Una perspectiva de la educación en medios para la comunicación en España. *Comunicar*, 2007,28: 69-73.
- LEE, A.Y.L. Y SO, C.Y.K. Alfabetización mediática y alfabetización informacional: similitudes y diferencias. *Comunicar*, 2014, 21(42): 137-146.
- SILVEIRO, P. (2019). El rigor informativo en la era de la posverdad: la amenaza de las fake news en las redes sociales. *Comunicación y Hombre*, 2019, 15: 55-66.
- ROMERO, L. M. La desinformación en la nueva aldea global. *Comunicación. Estudios venezolanos de la Comunicación*, 2012, 159: 52-55.
- BERNABÉU, N.; ESTEBAN, N.; GALLEGO, L. Y ROSALES, A. Alfabetización mediática y competencias básicas. Madrid, Ministerio de Educación. Instituto de Formación del Profesorado, Investigación e Innovación Educativa, Ifie, 2011.
- LIVINGSTONE, S., VAN COUVERING, E.J. Y THUMIM, N. *Adult Media Literacy: A Review of the Literature*. London, Ofcom, 2005.
- MORDUCHOWICZ, R. *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires, Paidós, 2008.
- PÉREZ-TORNERO, J. M. Y VARIS, T. (2012). *Alfabetización mediática y nuevo humanismo*. Barcelona, Editorial UOC, 2012.
- WILSON, C.; GRIZZLE, A.; TUAZON, R.; AKYEMPONG, K. Y CHEUNG, C. *Alfabetización mediática informacional. Currículum para profesores*. París, UNESCO, 2011.

BOEKHORST, A.K. (M)IL and its Kind. En: International Conference of the Media and Information Literacy for Knowledge Society. Moscú: 2012.

ACOSTA, A. P. La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información. [En línea] Scielo, 2010. [Consultado el: 12 de junio de 2019] Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000500003

CANCINO, A. (2019). La ciberseguridad entre los cubanos: de percepciones y necesarias soluciones. [En línea] La pupila insomne, 2019. [Consultado el: 29 de julio de 2019] Disponible en: <https://lapupilainsomne.wordpress.com/2019/07/10/la-ciberseguridad-entre-los-cubanos-de-percepciones-y-necesarias-soluciones-por-adrian-cancino-gutierrez/>.