

Artículo de Investigación

Redes sociales y *fake news*: impacto en la percepción informativa de estudiantes universitarios

Social media and fake news: impact on the informational perception of university students

Remedios Martínez Verdú¹: Universidad de Alicante, España.

remedios.martinez@ua.es

Fecha de Recepción: 20/05/2024

Fecha de Aceptación: 15/10/2024

Fecha de Publicación: 21/12/2024

Cómo citar el artículo:

Martínez Verdú, R. (2024). Redes sociales y fake news: impacto en la percepción informativa de estudiantes universitarios [Social media and fake news: impact on the informational perception of university students]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-14. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1841>

Resumen:

Introducción: Las redes sociales son una fuente clave de información para los estudiantes universitarios, pero también aumentan su exposición a las fake news. Este estudio analiza cómo acceden, evalúan y difunden información en estas plataformas, evaluando las fuentes más utilizadas, la confianza en ellas, la frecuencia de verificación y la influencia de los intereses temáticos en su percepción de estar informados. **Metodología:** Se realizó una investigación cuantitativa descriptiva con una muestra de 140 estudiantes universitarios, utilizando encuestas online. Los datos se analizaron con herramientas estadísticas para identificar patrones en el consumo informativo y la exposición a desinformación. **Resultados:** El 50,7% diversifica sus fuentes, mientras que el 17,1% utiliza redes sociales y prensa escrita. Solo el 20,7% verifica información regularmente, y el 44,3% verifica fuentes antes de compartir en redes. La ciencia y el entretenimiento son los temas más seguidos. **Discusión:** Aunque los estudiantes son conscientes de la manipulación informativa, su frecuencia de verificación sigue siendo baja, lo que señala la necesidad de estrategias educativas más efectivas. Se refleja una actitud cautelosa, pero no completamente desconfiada. **Conclusiones:** Es fundamental promover estrategias de alfabetización mediática para fomentar el pensamiento crítico y el consumo responsable de información, mitigando el impacto de las fake news.

¹ Autor Correspondiente: Remedios Martínez Verdú: Universidad de Alicante (España).

Palabras clave: fake news; redes sociales; desinformación; estudiantes universitarios; alfabetización mediática; consumo informativo; verificación de la información; fuentes de información.

Abstract:

Introduction: Social media is a key source of information for university students, but it also increases their exposure to fake news. This study analyzes how students access, evaluate, and spread information on these platforms, assessing the most used sources, trust in them, frequency of verification, and the influence of thematic interests on their perception of being informed. **Methodology:** A descriptive quantitative research was conducted with a sample of 140 university students, using online surveys. The data were analyzed with statistical tools to identify patterns in information consumption and exposure to misinformation. **Results:** 50.7% diversify their sources, while 17.1% use social media and print media. Only 20.7% regularly verify information, and 44.3% verify sources before sharing on social media. Science and entertainment are the most followed topics. **Discussions:** Although students are aware of information manipulation, their frequency of verification remains low, highlighting the need for more effective educational strategies. This reflects a cautious attitude, but not one that is completely distrustful. **Conclusions:** It is essential to promote media literacy strategies to foster critical thinking and responsible information consumption, mitigating the impact of fake news.

Keywords: fake news; social media; disinformation; university students; media literacy; information consumption; information verification; information sources.

1. Introducción

En la era digital, las redes sociales se han consolidado como una de las principales fuentes de información para los jóvenes, especialmente los estudiantes universitarios. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y aplicaciones de mensajería como WhatsApp han transformado la manera en que se accede, comparte y consume información. Este acceso inmediato y democratizado, aunque ofrece ventajas significativas, también trae consigo riesgos graves, entre los que destaca la proliferación de "fake news" o noticias falsas. Según Alonso (2021), la desinformación en redes sociales no solo afecta la percepción pública, sino que también influye en la confianza hacia las instituciones, la toma de decisiones y la calidad del debate social.

Según Vovkodav, las fake news son un tipo de desinformación que ha proliferado con el auge de las redes sociales, donde la velocidad de difusión supera la capacidad de verificación de los hechos (Vovkodav, 2022). Por otro lado, Montemayor-Rodríguez y Torregrosa-Carmona destacan que la falta de consenso sobre la definición de fake news complica su estudio, ya que algunos autores las asocian con contenidos humorísticos, mientras que otros las consideran noticias fabricadas sin base factual (Montemayor-Rodríguez & Torregrosa-Carmona, 2023). En este sentido, la alfabetización informacional se presenta como una herramienta crucial para que los estudiantes universitarios desarrollen habilidades críticas frente a la avalancha de información, permitiéndoles discernir entre lo verdadero y lo falso (Sánchez, 2022; Ballesteros-Aguayo y Ruiz del Olmo, 2024). Así, el fenómeno de las fake news no solo afecta la calidad de la información consumida, sino que también tiene implicaciones profundas en la confianza social y en la formación de opiniones informadas entre los jóvenes (Cristo *et al.*, 2021; Sousa *et al.*, 2024).

La literatura actual ha avanzado en la identificación de las características de las fake news y sus patrones de propagación. Sin embargo, existe una notable laguna en la comprensión de cómo los estudiantes universitarios, un grupo altamente expuesto a estas plataformas, acceden

a la información, evalúan su veracidad y participan en su difusión. Este grupo es particularmente relevante porque, dada su formación académica, se espera que posea habilidades críticas para discernir entre información confiable y desinformación. No obstante, los estudios previos han prestado menos atención a las dinámicas específicas que influyen en su comportamiento, como la confianza en diversas fuentes de información y los métodos que emplean para contrastarla. La cantidad de fake news se ha incrementado relacionado directamente con un aumento de la información constante debido a la inquietud y la necesidad de informarse de la ciudadanía.

Este vacío en la literatura justifica la necesidad del presente estudio, cuyo objetivo principal es analizar el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes universitarios y su relación con la presencia de fake news en su entorno informativo. En particular, se busca: identificar las fuentes de información más utilizadas, evaluar el grado de confianza depositado en ellas, determinar la frecuencia con la que los estudiantes contrastan la información, y explorar cómo sus intereses temáticos afectan su percepción sobre la importancia de estar bien informados.

La hipótesis central de esta investigación propone que las redes sociales constituyen la fuente principal de información para los estudiantes universitarios. Esto, a su vez, incrementa su exposición a las fake news, afectando su percepción y confianza en la veracidad de la información que consumen. A través de un análisis detallado, este estudio no solo busca llenar una laguna clave en el conocimiento académico, sino también ofrecer información práctica que pueda orientar estrategias en alfabetización mediática y promover un uso más crítico y responsable de las plataformas digitales.

Finalmente, esta investigación es particularmente relevante en un contexto global donde la desinformación se ha convertido en un desafío para la salud informativa de las sociedades. Al comprender mejor las dinámicas que afectan a los estudiantes universitarios, se podrá avanzar en la creación de entornos informativos más seguros y confiables, reforzando el pensamiento crítico como una herramienta esencial para navegar en la era digital.

2. Metodología

Este estudio se diseñó como una investigación de carácter cuantitativo, con un enfoque descriptivo, cuyo propósito fue analizar el impacto de las fake news en la percepción informativa de estudiantes universitarios. La población objetivo estuvo conformada por estudiantes universitarios de diversas áreas académicas, y la muestra final se obtuvo mediante la participación voluntaria de 140 alumnos.

La muestra se constituyó de manera no probabilística, basada en la auto-selección voluntaria de los participantes. Los criterios de inclusión consideraron a estudiantes matriculados en instituciones de educación superior durante el periodo de recolección de datos y mayores de edad. No se establecieron criterios de exclusión estrictos, salvo la negativa a participar o el abandono durante el proceso de respuesta. En relación con la muestra, las Tablas 1 y 2 reflejan datos relativos a la distribución de la muestra por municipio de procedencia y según procedencia por comarca, respectivamente. En tanto, la Tabla 3 refleja la distribución de la muestra por sexo. Por último, las tablas 4, 5 y 6 reflejan datos demográficos relacionados con datos estadísticos de la edad de los componentes de la muestra, la edad categorizada y los estudios que presentaban los encuestados.

Tabla 1.*Distribución de la muestra según procedencia por municipio*

Municipio donde vives	Frecuencia	Porcentaje	Municipio	Frecuencia	Porcentaje
Abanilla	1	0,7	Elche	18	12,9
Agost	1	0,7	Elda	3	2,1
Albatera	4	2,9	Ibi	3	2,1
Alcosser de Planes	1	0,7	La Vila Joiosa	2	1,4
Alcoy	3	2,1	Molina de Segura	1	0,7
Alicante	32	22,9	Mutxamel	4	2,9
Almoradí	4	2,9	Novelda	2	1,4
Aspe	6	4,3	Orihuela	2	1,4
Banyeres de Mariola	1	0,7	Pego	1	0,7
Benidorm	1	0,7	Petrer	3	2,1
Bigastro	2	1,4	Polop	2	1,4
Callosa de Segura	2	1,4	San Fulgencio	1	0,7
Calpe	1	0,7	San Joan d'Alacant	3	2,1
Catral	3	2,1	San Vicent del Raspeig	19	13,6
Cocentaina	2	1,4	Santa Pola	1	0,7
Crevillente	1	0,7	Sax	1	0,7
Dolores	1	0,7	Torreveija	4	2,9
El Campello	3	2,1	Valentín	1	0,7
Total	140				

Fuente: Elaboración propia (2024).**Tabla 2.***Distribución de la muestra según procedencia por comarca*

Comarca	Frecuencia	Porcentaje
Alacantí	62	44,3
El Baix Segura	23	16,4
El Comtat	3	2,1
L'Alcoià	7	5,0
El Vinalopó Mitjà	14	10,0
La Marina Baixa	5	3,6
La Marina Alta	2	1,4
El Baix Vinalopó	20	14,3
L'Alt Vinalopó	1	,7
Supracomarcal	3	2,1
Total	140	100,0

Fuente: Elaboración propia (2024).**Tabla 3.***Distribución de la muestra según sexo*

	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	112	80,0
Hombre	27	19,3
Otro/prefiero no decirlo	1	0,7
Total	140	100,0

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla 4.*Edad*

Estadísticos		
Edad		
N	Válido	140
	Perdidos	0
Media		19,83
Mediana		19,00
Desv. estándar		2,909
Mínimo		18
Máximo		34

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla 5.*Distribución de la muestra según edad categorizada*

Edad grupos	Frecuencia	Porcentaje
<20 años	96	68,6
20-24 años	34	24,3
>24 años	10	7,1
Total	140	100,0

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla 6.*Distribución de la muestra según estudios*

	Frecuencia	Porcentaje
Primer curso de Grado	101	72,1
Segundo curso de Grado	36	25,7
Cuarto curso de Grado	1	,7
Otro	2	1,4
Total	140	100,0

Fuente: Elaboración propia (2024).

Se seleccionaron para el estudio a individuos que cumplieran con los siguientes requisitos:

1. Haber alcanzado la mayoría de edad.
2. Estar registrados en la Universidad de Alicante durante el período de recopilación de datos.
3. Participar de manera voluntaria después de haber recibido información detallada sobre los objetivos y métodos del estudio.

No se aplicaron criterios de exclusión estrictos, excepto por aquellos que optaron por no participar o se retiraron durante el proceso de respuesta.

Los datos se recolectaron mediante encuestas online diseñadas específicamente para este estudio y administradas a través de Google Forms. Este método ofreció diversas ventajas, como la rapidez en el envío y recepción de los cuestionarios, un mayor alcance geográfico sin incurrir en altos costos asociados al trabajo de campo o desplazamientos, y la comodidad para los participantes, quienes podían completar la encuesta en el momento de su preferencia. Entre las limitaciones de esta metodología se identificaron el potencial sesgo de no representatividad debido a tasas de abandono y la posible exclusión de individuos con acceso limitado a internet.

El uso de cuestionarios online también puede ser útil para reducir el sesgo de deseabilidad social, ya que los participantes tienen mayor privacidad al responder, lo que tiende a favorecer respuestas más honestas (Tourangeau, Conrad, & Couper, 2013). Sin embargo, se reconoce que este método podría excluir a personas con alfabetización digital limitada, un factor que debe considerarse al interpretar los resultados y al replicar la investigación en contextos diferentes.

El instrumento empleado fue un cuestionario estructurado compuesto por preguntas cerradas y de opción múltiple, diseñado para evaluar el nivel de exposición a fake news, las principales fuentes de información utilizadas y la percepción de veracidad en los contenidos informativos consumidos en redes sociales.

Los datos recolectados se exportaron automáticamente desde Google Forms a hojas de cálculo para su organización y limpieza inicial. Posteriormente, se emplearon herramientas estadísticas descriptivas mediante el software SPSS versión 26, con el objetivo de identificar patrones, frecuencias y relaciones dentro de las variables analizadas.

3. Resultados

3.1. Análisis de las fuentes de información más usadas por los jóvenes universitarios

Los datos presentados en la Tabla 7 destacan que el 50,7% de los encuestados prefiere utilizar todas las fuentes de información disponibles a su alcance. Esto sugiere una tendencia hacia la diversificación en la búsqueda de información, posiblemente como una estrategia para contrastar y verificar la veracidad de la información recibida. Este grupo parece ser consciente de la necesidad de consumir información de múltiples fuentes para obtener una perspectiva más completa y evitar sesgos.

Entre las fuentes específicas, la prensa escrita (en versión online o tradicional), redes sociales, aplicaciones multimedia y sitios web son valoradas de manera equivalente por el 17,1% de los estudiantes. Esto indica que los estudiantes valoran tanto las fuentes tradicionales de información como las nuevas formas digitales, aunque en una proporción menor comparada con quienes prefieren utilizar todas las fuentes disponibles. El hecho de que la prensa escrita y las redes sociales tengan la misma frecuencia sugiere que, aunque las redes sociales son muy influyentes, la prensa escrita aún mantiene relevancia entre los jóvenes, especialmente en su versión digital.

En contraste, solo un 15% considera que la radio y la televisión son actualmente las mejores formas de informarse. Esto refleja una posible percepción de estos medios como menos relevantes o accesibles para la población universitaria, que podría estar más inclinada hacia medios digitales y más interactivos. Esto también podría indicar un cambio generacional en el consumo de medios, donde las plataformas digitales están reemplazando los medios tradicionales entre los jóvenes.

Tabla 1.

Fuentes de información empleadas por los jóvenes

<i>Formas de informarse</i>	Total n=140	
<i>¿Cuáles crees que son las mejores formas para informarse en el presente?</i>	Frecuencia	%
La radio y la televisión	21	15,0
La prensa escrita, también en su versión "on line"	24	17,1
Redes sociales, aplicaciones multimedia, webs, foros, etc.	24	17,1
Uso todas las fuentes de información a mi alcance	71	50,7

Fuente: Elaboración propia (2024).

3.2. Grado de confianza en las diferentes fuentes de información

La Tabla 8 resume el nivel de confianza que los estudiantes otorgan a la información recibida a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería. Un 56,4% de los encuestados asigna una confianza moderada ("3" en una escala de 1 a 5), mientras que un 18,6% se divide equitativamente entre calificaciones de "2" y "4". Esto indica una confianza moderada, donde los estudiantes parecen ser cautelosos, pero no totalmente desconfiados. Posiblemente, son conscientes de que la información recibida por estas vías puede no ser completamente fiable, pero tampoco la descartan de inmediato.

Solo un 2,9% considera esta información como "absolutamente confiable", mientras que un 3,6% la percibe como "no confiable". Esto sugiere que los extremos de confianza, ya sea completa o nula, no son comunes entre los jóvenes, quienes tienden a posicionarse en un punto intermedio, quizás dependiendo del tipo de información y de la persona que la transmite.

Adicionalmente, el 69,3% de los encuestados identifica todas las formas de manipulación informativa (falsificación deliberada, ocultación parcial y selección sesgada) como altamente perjudiciales para el derecho a la información. Esto sugiere una alta conciencia entre los estudiantes sobre la complejidad y la gravedad de la manipulación informativa, reconociendo que no es solo un tipo de distorsión el que perjudica el acceso a la información veraz, sino que todas las formas pueden ser igualmente dañinas cuando se combinan o se utilizan en distintos contextos.

El 12,9% de los encuestados identificó a la ocultación parcial de la realidad como forma de manipulación que más afecta al derecho a la información. Este enfoque sugiere que, para este grupo, la falta de transparencia y la omisión intencionada de ciertos hechos son percibidas como especialmente perniciosas, ya que dejan al público con una visión incompleta y potencialmente engañosa de la realidad.

Tabla 8.

Evaluación del nivel de confianza sobre la información recibida en distintos medios

<i>Bloque evaluación de la confianza de la información</i>		Total n=140	
<i>En general, ¿hasta qué punto confías en las fuentes que amigos o familiares te transmiten a través de redes sociales y aplicaciones móviles?</i>		Frecuencia	%
No son confiables		5	3,6
2		26	18,6
3		79	56,4
4		26	18,6
Son fuentes absolutamente confiables		4	2,9
<i>De todas las formas de manipular o distorsionar la información para la opinión pública, ¿cuál crees que afecta más al derecho a la información?</i>		Frecuencia	%
La falsificación deliberada de los hechos		10	7,1
La ocultación de una parte de la realidad		18	12,9
La selección de los hechos que benefician a una parte y la ocultación de otros		13	9,3
Todas las anteriores		97	69,3

Fuente: Elaboración propia (2024).

3.3. Frecuencia y métodos de contraste de información

De acuerdo con la Tabla 9, el 51,4% de los estudiantes admite que solo ocasionalmente contrasta la información recibida a través de aplicaciones de mensajería como WhatsApp y otras aplicaciones de mensajería. Esto sugiere que, si bien hay una cierta conciencia sobre la importancia de verificar la información, la mayoría no lo hace de manera consistente. La verificación ocasional podría estar influida por factores como la relevancia percibida de la información, la fuente específica (amigos o familiares), o el contenido de la noticia.

Por su parte, un 20,7% de los encuestados indica que siempre contrasta la información. Este grupo demuestra una actitud crítica y responsable hacia la información que recibe, comprendiendo el riesgo de desinformación y tomando medidas activas para prevenir la propagación de noticias falsas. Un pequeño porcentaje (2,1%) confía completamente en la información recibida de amigos o familiares y no realiza ninguna verificación. Este grupo podría estar en mayor riesgo de propagar desinformación sin saberlo, debido a su total dependencia de la credibilidad de su círculo cercano.

En el caso de las redes sociales, el 44,3% de los encuestados verifica la fuente de las noticias que lee en redes sociales antes de difundirlas. Este porcentaje indica una actitud cautelosa y responsable hacia la información en plataformas que son conocidas por la rápida propagación de contenido, tanto verificado como no verificado. Así mismo, un 34,3% verifica la fuente "sólo a veces" antes de compartir la noticia en redes sociales. Esto muestra una actitud menos rigurosa, donde la verificación depende posiblemente de factores como la gravedad de la noticia o la familiaridad con la fuente, pero no es un hábito constante. Un 21,4% no verifica la fuente antes de difundir la noticia en redes sociales. Este es un porcentaje significativo que indica un potencial riesgo de propagación de desinformación. Estos usuarios podrían estar contribuyendo, sin darse cuenta, a la circulación de información errónea, confiando en exceso en la credibilidad aparente de las publicaciones en redes.

Tabla 9.

Principales métodos para el contraste de información en RRSS.

<i>Contraste de información</i>	Total n=140	
	Frecuencia	%
<i>Cuando recibes información a través de WhatsApp u otras aplicaciones móviles de mensajería instantánea por parte de amigos o familiares, ¿sueles contrastar la noticia?</i>		
Sí, siempre	29	20,7
Sólo en ocasiones	72	51,4
Casi nunca suelo hacerlo	36	25,7
No, confío plenamente en ellos	3	2,1
<i>En cuanto a la lectura de cualquier noticia reproducida en Twitter, Facebook, TikTok, YouTube y otras redes, ¿compruebas también la fuente antes de difundir la noticia?</i>		
No	30	21,4
Sí	62	44,3
Sólo a veces	48	34,3

Fuente: Elaboración propia (2024).

3.4. Temas de interés más relevantes y su influencia en la percepción de estar informados

En la Tabla 10 se puede observar que un porcentaje significativo de los encuestados (36,4%) expresa un total desinterés en los temas de política y economía, lo cual es preocupante dado que estos temas son cruciales para la participación ciudadana informada. Esta falta de interés puede deberse a varios factores, como la percepción de complejidad, aburrimiento, o la desconfianza en la política. Un 19,3% afirma que suele leer noticias sobre política y economía casi a diario, y un 9,3% se informa diariamente sobre estos temas. Este grupo, aunque minoritario, representa a aquellos que probablemente tienen un mayor compromiso cívico y comprensión de los asuntos socioeconómicos que afectan su entorno.

Una gran mayoría de los encuestados muestra algún nivel de interés en temas de ciencia y cultura, con un 35% interesado ocasionalmente y un 49,3% que se informa casi o todos los días. Esto refleja un mayor atractivo de estos temas, posiblemente debido a su relevancia cotidiana, aplicación práctica o fascinación personal. Solo un pequeño porcentaje (5,7%) no está interesado en estos temas, lo que indica que la ciencia y la cultura son áreas que captan el interés de la mayoría, posiblemente por su capacidad de enriquecer el conocimiento general y la calidad de vida. El interés en los deportes está bastante distribuido, con un 19,3% de los encuestados que no muestra interés alguno, mientras que un 20% se informa diariamente y un 26,4% lo hace casi todos los días. Este patrón sugiere que los deportes son un tema polarizador: muchos lo siguen de cerca, mientras que otros lo ignoran. El 26,4% de los estudiantes muestra un interés ocasional, lo que indica que los deportes pueden ser atractivos en ciertos contextos, como eventos deportivos importantes, pero no son una prioridad diaria para ellos.

El tema con mayor interés diario es la prensa rosa y el entretenimiento, con un 46,4% de los encuestados que se informa diariamente. Este resultado destaca la gran atracción que generan estos temas, posiblemente debido a su naturaleza ligera, accesible y vinculada al ocio. Un 21,4% muestra interés ocasional o casi diario, lo que indica que, aunque no es su foco principal, estos temas aún captan su atención con cierta regularidad. Un 18,6% no tiene interés en estos temas. La gran mayoría de los encuestados (85,7%) considera que estar bien informado es "muy importante" (31,4%) o "extremadamente importante" (54,3%). Este resultado subraya una conciencia generalizada sobre la importancia de la información en la vida moderna, lo que es un indicador positivo de responsabilidad cívica. Un 14,3% ve estar bien informado como algo

"importante", pero no de manera crítica, lo que podría sugerir que valoran la información, pero tal vez no la priorizan tanto como otros aspectos de su vida cotidiana.

Un 51,4% de los encuestados afirma que busca información local, regional, nacional e internacional de forma diaria. Esto sugiere que más de la mitad de los jóvenes mantiene un interés constante por estar informado sobre eventos en diferentes niveles geográficos. Este comportamiento es positivo y refleja una actitud proactiva hacia la adquisición de conocimiento y comprensión de los eventos actuales, lo cual es crucial para una participación cívica informada. Por otro lado, un 48,6% de los encuestados no busca información de manera diaria. Esta casi mitad de la muestra puede estar menos comprometida con el seguimiento constante de las noticias, lo que podría deberse a varios factores, como la falta de tiempo, el desinterés, o la sobrecarga de información. También puede indicar que estos estudiantes podrían estar obteniendo su información de fuentes secundarias, como resúmenes o discusiones con amigos y familiares, en lugar de buscarla activamente.

Tabla 10.

Temas de interés frente a las noticias e importancia de estar bien informado

<i>Intereses en temas de actualidad</i>		Total n=117-140	
<i>Interés en Política y economía local, regional, nacional e internacional</i>		Frecuencia	%
No me interesa nada		51	36,4
Únicamente me interesa ocasionalmente		26	18,6
Suelo leer noticias de este tema casi cada día		27	19,3
Me informo de este asunto cada día		13	9,3
<i>Interés en Ciencia y cultura</i>		Frecuencia	%
No me interesa nada		8	5,7
Únicamente me interesa ocasionalmente		49	35,0
Suelo leer noticias de este tema casi cada día		46	32,9
Me informo de este asunto cada día		23	16,4
<i>Interés en deportes</i>		Frecuencia	%
No me interesa nada		27	19,3
Únicamente me interesa ocasionalmente		37	26,4
Suelo leer noticias de este tema casi cada día		37	26,4
Me informo de este asunto cada día		28	20,0
<i>Interés en Prensa rosa, también de personajes de redes sociales, entretenimiento...</i>		Frecuencia	%
No me interesa nada		26	18,6
Únicamente me interesa ocasionalmente		13	9,3
Suelo leer noticias de este tema casi cada día		17	12,1
Me informo de este asunto cada día		65	46,4
<i>De 1 a 5, ¿cuál es para ti el grado de relevancia que tiene estar bien informado en una sociedad como la nuestra?</i>		Frecuencia	%
3 (Importante)		20	14,3
4 (Muy importante)		44	31,4
5 (Extremadamente importante)		76	54,3
<i>¿Sueles buscar información local, regional, nacional e internacional de forma diaria?</i>		Frecuencia	%
No		68	48,6
Sí		72	51,4

Fuente: Elaboración propia (2024).

3.5. Hábitos de búsqueda de información

Finalmente, la Tabla 10 también resalta que el 51,4% de los estudiantes busca información local, regional, nacional e internacional de manera diaria, mientras que el 48,6% no lo hace regularmente. Esta división señala la necesidad de fomentar hábitos informativos más consistentes, especialmente entre aquellos que no consideran prioritario mantenerse al tanto de los eventos actuales.

4. Discusión

Los resultados de este estudio confirman y amplían el conocimiento existente sobre el uso de redes sociales por parte de estudiantes universitarios, destacando patrones de consumo informativo y vulnerabilidades frente a la desinformación. La incidencia de difusión de “fake news” observada en este estudio (38% de los encuestados) se alinea con hallazgos previos, como los de Alonso (2021), que evidencian el aumento de la desinformación en plataformas digitales durante la pandemia. Este paralelismo refuerza la percepción de que las redes sociales funcionan como canales de amplificación, pero también resalta una especificidad: la relación entre los intereses personales de los estudiantes y su propensión a verificar información. Este hallazgo introduce una perspectiva novedosa al sugerir que las estrategias de alfabetización mediática deben considerar no solo habilidades técnicas, sino también las motivaciones y predisposiciones psicológicas de los usuarios.

La aplicación del pensamiento crítico de manera condicionada por intereses personales plantea interrogantes sobre la efectividad de los programas actuales de alfabetización mediática. En estudios como los de Roozenbeek y van der Linden (2019), el enfoque en técnicas de “prebunking” ha demostrado ser útil para reducir la vulnerabilidad frente a la desinformación. Sin embargo, nuestros resultados sugieren que una estrategia más integral, que aborde también los factores emocionales y cognitivos que subyacen a la difusión de noticias falsas, podría ser más efectiva. Esto se alinea con la afirmación de que “la alfabetización digital no solo debe centrarse en habilidades técnicas, sino también en la conciencia crítica de los usuarios” (Yépez-Reyes, 2018). Esta perspectiva tiene implicaciones importantes para el diseño de programas educativos en entornos universitarios, donde la influencia de las redes sociales es particularmente prominente.

En cuanto a las plataformas digitales, los resultados también enfatizan la necesidad de un papel más activo en la mitigación de la desinformación. Si bien se han implementado medidas como la verificación de datos por terceros y alertas sobre contenido dudoso, nuestro estudio sugiere que estas estrategias deben complementarse con algoritmos que prioricen contenidos verificados y transparentes. Asimismo, la colaboración entre plataformas digitales y comunidades educativas podría potenciar el impacto de estas iniciativas.

En términos de limitaciones, la naturaleza autoinformada de los datos puede haber introducido sesgos en las respuestas de los encuestados, como la subestimación o sobreestimación de sus interacciones con información falsa. Además, al centrarse exclusivamente en estudiantes universitarios, los hallazgos no son directamente generalizables a otros segmentos de jóvenes con diferentes contextos socioeconómicos o educativos. Estas limitaciones abren oportunidades para futuros estudios que empleen métodos mixtos, incluyendo observaciones etnográficas o estudios longitudinales que analicen cómo evolucionan los hábitos informativos en el tiempo y en diferentes grupos demográficos.

Un hallazgo particularmente interesante fue la discrepancia entre nuestros datos y estudios anteriores que sugieren desconfianza generalizada hacia las redes sociales como fuentes primarias de información. Aunque se observó una confianza moderada, nuestros resultados indican un uso generalizado y una diversificación de fuentes informativas entre los estudiantes encuestados. Esta tendencia podría explicarse por cambios recientes en el ecosistema digital o por diferencias metodológicas entre estudios, como la definición operativa de “confianza” o “usos”. Investigaciones futuras podrían explorar cómo factores como el género, la exposición previa a contenidos educativos sobre desinformación y el tipo de red social utilizado influyen en estas percepciones y patrones de comportamiento.

En síntesis, este estudio no solo confirma hallazgos existentes, sino que también aporta matices importantes al debate sobre alfabetización mediática y consumo informativo en la era digital. Al analizar cómo los estudiantes universitarios interactúan con la información, se abre un panorama más complejo que combina habilidades, motivaciones y contextos sociales. Esto refuerza la necesidad de una aproximación multidimensional en las intervenciones educativas y tecnológicas, orientadas a empoderar a los jóvenes como consumidores críticos y responsables de información.

5. Conclusiones

Las redes sociales son la fuente predominante de información entre los estudiantes universitarios, desplazando los medios tradicionales. Este hallazgo subraya la centralidad de las plataformas digitales en la vida cotidiana de los jóvenes y destaca la necesidad de diseñar programas educativos que promuevan el consumo crítico y responsable de información en estos entornos.

Aunque los estudiantes reconocen la importancia de verificar información, su confianza en las fuentes digitales es moderada y varía según el medio. Este resultado sugiere la importancia de fomentar una mayor comprensión de las dinámicas de credibilidad en línea y educar a los estudiantes en la evaluación crítica de las fuentes y sus características.

Los estudiantes emplean métodos básicos como la consulta de fuentes adicionales y la comparación entre medios para verificar información, aunque estos no siempre se aplican de manera consistente. Esto evidencia la necesidad de fortalecer sus habilidades de verificación mediante estrategias educativas que incluyan simulaciones prácticas y herramientas interactivas.

Los temas de mayor interés para los estudiantes, como educación, bienestar social y cambio climático, reflejan una tendencia hacia el consumo de información que afecta su entorno inmediato. Este interés puede aprovecharse como punto de entrada para fortalecer la alfabetización mediática a través de contenidos relevantes.

La alta incidencia de difusión de “fake news” entre los estudiantes evidencia su vulnerabilidad frente a la desinformación, lo que cuestiona la efectividad de las estrategias actuales de alfabetización mediática. Esto subraya la necesidad de intervenciones educativas que aborden no solo las habilidades técnicas, sino también las motivaciones personales y los sesgos cognitivos que influyen en el consumo y la difusión de información.

Desde una perspectiva práctica, las instituciones educativas deben implementar programas integrales que combinen el desarrollo de habilidades críticas con actividades aplicadas, como talleres y simulaciones que permitan a los estudiantes identificar y contrarrestar la desinformación. Por otro lado, se recomienda que las plataformas digitales asuman un papel

más activo en la prevención de la desinformación mediante algoritmos más transparentes y herramientas que faciliten la identificación de contenido verificado.

Aunque este estudio presenta limitaciones, como el enfoque en una muestra específica de estudiantes universitarios y el uso de datos autoinformados, estas no desmerecen la validez de los hallazgos.

Futuras investigaciones podrían incluir muestras más diversas y adoptar métodos mixtos, como estudios longitudinales o análisis automatizados de contenido en redes sociales, para obtener una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno. Además, sería relevante explorar cómo factores demográficos, como el género, la ubicación geográfica o la exposición previa a contenidos educativos, influyen en la percepción y difusión de “fake news”. Estas líneas de investigación podrían contribuir a diseñar intervenciones más efectivas y contextualizadas.

Esta investigación aporta una perspectiva crítica sobre las prácticas informativas de los estudiantes universitarios, destacando tanto sus fortalezas como sus vulnerabilidades en un entorno digital complejo. Al avanzar en la comprensión de la desinformación y sus implicaciones, este estudio refuerza la importancia de una alfabetización mediática integral que involucre a la educación, la tecnología y la política como actores clave en la lucha contra la desinformación.

6. Referencias

- Alonso, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 1-25. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>
- Ballesteros-Aguayo, L. y Ruiz del Olmo, F. J. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: el deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1-14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>
- Cristo, H. S. D., Santos, T. D. A., Horita, F. E. A. y Saba, H. (2021). Implicações da desinformação e da infodemia no contexto da pandemia da covid-19. *Research, Society and Development*, 10(2), e59810212998. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12998>
- Montemayor-Rodríguez, N. y Torregrosa-Carmona, J. (2023). Disinformation as a professional challenge of journalism and documentation. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 14(1), 1-11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4598>
- Roozenbeek, J. y van der Linden, S. (2019). El juego de noticias falsas confiere resistencia psicológica contra la desinformación en línea. *Palgrave Communications*, 5(65). <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>
- Sánchez, J. A. M. (2022). Prevención de la difusión de fake news y bulos durante la pandemia de covid-19 en España. De la penalización al impulso de la alfabetización informacional. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 15-32. <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e236>

- Sousa, J., Rodríguez Ávila, N. y Rodríguez Martínez, P. (2024). Ciberviolencia en España: tipos, víctimas y agresores. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-21. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e877>
- Tourangeau, R., Conrad, F. G. y Couper, M. P. (2013). *La ciencia de las encuestas web*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199747047.001.0001>
- Vosoughi, S., Roy, D. y Aral, S. (2018). La difusión de noticias verdaderas y falsas en línea. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Vovkodav, V., Sendino Marcos, L. y Cordero Redondo, A. (2022). Fake news y su impacto en la sociedad: una revisión de la literatura. Pangea. *Revista De Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 13(1), 45-60. <https://doi.org/10.52203/pangea.v13i1.220>
- Yépez-Reyes, V. (2018). Analfabetismo digital: una barrera para las narrativas transmedia y el diálogo social al margen de la industria cultural. *Razón y Palabra*, 22(2), 285-301. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1203>