



REDES SOCIALES Y DIFUSIÓN DE BULOS: PERCEPCIÓN DE ALUMNOS DE SECUNDARIA

Social medias and the spread of hoaxes: perception of secondary students

SILVIA FELIZARDO DOS SANTOS
Universidad de Alcalá, España

KEYWORDS

*Educommunication
Media literacy
Critical citizenship
Students
Exploratory analysis*

ABSTRACT

Connectivity has changed our way of receiving information, transforming consumers into receivers and transmitters at the same time. This new model facilitates access to data that was previously restricted to only a few groups and also contributes to giving voice to minority and underrepresented social groups. Despite the positive aspects, disinformation has been gaining space and expanding spaces for manipulation among citizens. In this way, literacy is necessary for the development of critical thinking that allows us to face this situation. This study aims to shed light on the situation of education in a context of health crisis in schools in the community of Madrid.

PALABRAS CLAVE

*Educomunicación
Alfabetización mediática
Ciudadanía crítica
Alumnado
Análisis exploratorio*

RESUMEN

La conectividad ha cambiado nuestra manera de recibir informaciones, transformando al consumidor en receptor y a la vez emisor. Ese nuevo modelo facilita el acceso a datos antes restringidos tan sólo algunos grupos y también contribuye a dar voz a grupos sociales minoritarias y con poca representación. Pese a los aspectos positivos, la desinformación viene ganando espacio y ampliando espacios de manipulación en la ciudadanía. De ese modo la alfabetización se hace necesaria para el desarrollo del pensamiento crítico que permite afrontar esa situación. Este estudio pretende arrojar luz sobre la situación de la educación en un contexto de crisis sanitaria en centros educativos de la comunidad de Madrid.

Recibido: 04/ 07 / 2022

Aceptado: 12/ 09 / 2022

1. Introducción

En el actual escenario tecnológico en que vivimos, se hace necesario fomentar la educomunicación como herramienta para el desarrollo de las habilidades que nos permitan interpretar y analizar de manera correcta todas las informaciones a las que estamos expuestos a través de un sencillo click de nuestros dispositivos móviles. Las TICs han viabilizado un modelo de comunicación en el que el consumidor es a la vez receptor y emisor en diferentes plataformas y canales obteniendo y difundiendo contenidos multimedia, consolidando el hábito cada vez más frecuente de compartir fotos y vídeos para manifestar opinión o registrar momentos o fechas que se consideran importantes. En ese contexto, investigadores como Bartlett (2018) recalcan la necesidad urgente de llevar el tema de la desinformación a las escuelas, mejorando la aplicación de la alfabetización mediática.

En la actualidad, la ciudadanía saca provecho de la diversidad de plataformas disponibles y utiliza una mezcla de diferentes medios de comunicación para conseguir la información que necesitan (Casero-Ripollés, 2020). Es cada vez mayor la creencia de que para estar bien informado, no hace falta usar la prensa tradicional, sino a través solamente de las noticias que aparecen de manera espontánea en las redes sociales de cada individuo (Zúñiga et al., 2017). Y aunque el uso de las redes sociales para buscar información se está incrementando con el paso del tiempo (Newman et al., 2019), es importante ser conscientes de las posibles limitaciones generadas por las redes sociales para la consecución de una ciudadanía bien informada y comprometida cívicamente (Zúñiga et al., 2018). La posibilidad de consultar una gran variedad de plataformas de comunicación ha generado una realidad sobrecargada de información que puede llegar a confundir al lector a cerca de la veracidad de las noticias que lee. Este entorno sobresaturado contribuye, por un lado, a la desinformación (Bennett y Livingston, 2018) y, por otro lado, contribuye a la poca confianza hacia los medios tradicionales que tiene la ciudadanía, contribuyendo todo ello a una cada vez mayor polarización política (Van-Aelst et al., 2017).

Investigadores como Loader y Mercea (2012), resaltan el gran potencial que tiene internet y a su vez, los peligros del mismo. Como claro ejemplo de ello, podemos mencionar los peligros de la desinformación provocada por bulos difundidos a gran escala, llegando a provocar en ocasiones procesos de inestabilidad política y social, y en última estancia, importantes daños en la democracia. La enorme divulgación de las fake news han afectado a importantes procesos democráticos tales como el referéndum del Brexit (2016), las elecciones presidenciales de EE.UU. (2016) o las elecciones presidenciales de Brasil (2018), pero también, ha afectado intensamente en otros contextos completamente diferentes, como en el ámbito sanitario provocado por la pandemia del coronavirus.

Tras más de dos años de pandemia, los efectos de la infodemia generada por todo tipo de bulos y desinformaciones muy variadas (origen del virus, gravedad de la enfermedad, modo de transmisión, uso de mascarillas, vacunación, eficacia de los test comprados en farmacias, etc.), pone claramente de manifiesto la necesidad del conocimiento y uso adecuado de la educomunicación tanto en la ciudadanía en general, como en la población joven en concreto, al ser los adolescentes, individuos que en un futuro muy cercano tendrán impacto directo en cuestiones de carácter social y colectivo con su capacidad de decisión y de voto. Investigadores como Hjarvard (2016) refuerzan los motivos para fomentar e impulsar la alfabetización mediática. Algo que ya se intuía como fundamental desde la década de los 80, con el surgimiento de las nuevas tecnologías de comunicación e información, y que ahora, se hace indispensable a tenor del enorme impacto que tiene la mediatización en vida cotidiana de la ciudadanía.

En todo este contexto, el principal objetivo que tiene este estudio es intentar comprender qué percepción tienen los adolescentes de las redes sociales y el impacto directo que tienen en sus actitudes y comportamientos diarios, así como comprender cómo pueden adquirir el pensamiento crítico, herramienta que se muestra como algo fundamental en el manejo de la enorme cantidad de todo tipo de informaciones, incluidos los bulos y las fake news. Para dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación, se parte de un enfoque metodológico cualitativo y a la realización de una entrevista en profundidad a adolescentes con edades comprendidas entre los 14 y los 17 años, realizada a través, por un lado, de talleres impartidos a grupos de 3º y 4º de ESO de diferentes centros educativos de la Comunidad de Madrid, así como a través de la realización de encuestas con preguntas abiertas a cerca de 350 alumnos en total de estos mismos centros educativos.

1.1. La importancia de la información veraz

La Declaración Universal de Derechos Humanos, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948, establece el concepto de democracia declarando que "la voluntad del pueblo será la base de la autoridad del gobierno". Dahl (2001) ahonda todavía más en el tema, subrayando que un gobierno democrático se caracteriza por su continua búsqueda para dar respuestas a las demandas de sus ciudadanos, independiente de preferencias políticas. Son varios los agentes que contribuyen para el desarrollo y consolidación de una sociedad democrática y entre ellos están los medios de comunicación.

En las sociedades democráticas, se puede entender el periodismo como una pieza clave en la articulación de la esfera pública (Habermas, 2006), actuando como intermediario entre el Estado y la sociedad y garantizando a la población el acceso a la información de interés público. Como resalta Casero-Ripollés (2020), el acceso a la información repercute no solo en el conocimiento de la realidad inmediata de la ciudadanía y su compromiso en

los asuntos públicos, sino también en el propio concepto de democracia, debido a los estrechos vínculos entre información y estado democrático.

Como un ente vivo y cambiante, la democracia se transforma a la vez que evolucionan las bases sociales, culturales y políticas de la sociedad. Y dentro de ese marco evolutivo, los medios de comunicación y la participación ciudadana son piezas impulsoras de ese desarrollo (Dahlgren, 2011). Para Dahl (2006), un país donde hay derecho al voto, pero sus gobernantes reprimen la oposición, podrá dar lugar a una fragilidad en la representación y participación, ejes indispensables en las sociedades democráticas. De ahí deriva la importancia de uno de los principales propósitos del periodismo: ofrecer a los ciudadanos la información de relevancia social que les permita formar una opinión acerca del tema, generando competencias cívicas para la participación social y política (Kovach y Rosenstiel, 2014).

El concepto de ciudadanía democrática establecida por Hannah Arendt (2003), considera que los ciudadanos deben tener una competencia cívica generada por un espacio público libre e igualitario. Un lugar que les de voz y les permita desarrollar una cultura política basada en el diálogo para crear acuerdos y dirimir conflictos de forma pacífica en la esfera pública. Establecer tales características de civismo demanda esfuerzo y compromiso de la ciudadanía, así como instituciones públicas transparentes y fiables. Y basada en esa noción, se puede apuntar un factor de inestabilidad en ese proceso: “en España, los escándalos políticos han erosionado la confianza de los ciudadanos en las instituciones públicas y la satisfacción con el funcionamiento de la democracia” (Alberola, 2018). De acuerdo con el informe “La Calidad de las Instituciones en España” (Lapuente et al., 2018) la confianza de la población en las administraciones que prestan servicios públicos es notable, pero en cambio, en lo que refiere al sistema político la tasa de fiabilidad es la más baja de Europa. Solamente el 13% confía en los políticos y el 20% en los partidos.

La caída de la confianza en las instituciones suele reflejarse con una baja participación ciudadana (Ponte, 2006). La tasa de confianza de los españoles en los políticos también se percibe en la crisis del coronavirus. En España solamente el 31% de los participantes de una encuesta sobre el coronavirus dicen que creen en las informaciones facilitadas por los políticos y el 46% creen en las informaciones brindadas por el gobierno (Kleis-Nielsen et al., 2020).

La desconfianza en las instituciones públicas y en los políticos se manifiesta también en los datos sobre bulos y fake news. Una encuesta realizada con usuarios de internet apunta que el 49% de los españoles culpa al Gobierno, a los políticos y partidos nacionales, de ser los principales responsables de la desinformación, seguidos de los periodistas (15%), la ciudadanía (11%) y otros actores políticos extranjeros o grupos activistas (8%) (Miguel-Vara, 2020).

En casos de crisis como la generada por la pandemia del coronavirus resulta fundamental que los gobiernos sean transparentes y confiables para contar con el apoyo y la participación ciudadana en la respuesta a la alarma social. En este escenario, los medios de comunicación tienen también el papel de explicar a la ciudadanía lo que está sucediendo e implicarla en la solución, siendo una importante aliada de la gestión política, institucional y sanitaria de los gobiernos (Costa-Sánchez y López-García, 2020).

La desconfianza en las instituciones públicas y en los políticos se manifiesta también en los datos sobre bulos y fake news. Una encuesta realizada con usuarios de internet apunta que el 49% de los españoles culpa al Gobierno, a los políticos y partidos nacionales, de ser los principales responsables de la desinformación, seguidos de los periodistas (15%), la ciudadanía (11%) y otros actores políticos extranjeros o grupos activistas (8%) (Miguel-Vara, 2020).

En casos de crisis como la generada por la pandemia del coronavirus resulta fundamental que los gobiernos sean transparentes y confiables para contar con el apoyo y la participación ciudadana en la respuesta a la alarma social. En este escenario, los medios de comunicación tienen también el papel de explicar a la ciudadanía lo que está sucediendo e implicarla en la solución, siendo una importante aliada de la gestión política, institucional y sanitaria de los gobiernos (Costa-Sánchez y López-García, 2020).

1.2. Las redes sociales y la desinformación en la crisis sanitaria

El desarrollo de las TICs trajo muchos beneficios para la sociedad, pero también presenta cuestiones que deben ser tratadas con atención. Teóricos como Loader y Mercea (2012) resaltan que, pese a su potencial, el uso de internet no siempre es todo lo positivo que debería ser. En el caso específico de la pandemia del coronavirus, la propagación de noticias fue tan amplia que llevó a la Organización Mundial de la Salud (World Health Organization) a declarar la situación de infodemia (infodemic), un exceso de información que dificulta la identificación de fuentes fiables. En ese gran tráfico informativo, es posible encontrar noticias verídicas, contrastadas y redactadas siguiendo las buenas prácticas periodísticas, a la vez que se puede navegar en medio de bulos e informaciones sesgadas cargadas de mensajes ideológicos.

En la actualidad, las redes están inseridas en las rutinas de los adolescentes, como se ve reflejado en el estudio realizado por el Pew Research Center, en (2018) con cerca de 750 jóvenes de 13 a 17 años. La investigación demuestra que el 45% de los adolescentes se mantienen online de forma constante y que el 97% de ellos

usa alguna red social. En ese punto, también es importante resaltar que el uso de las nuevas tecnologías está involucrando una audiencia cada vez más joven, con edades comprendidas entre 10 y 15 años, aunque muchas plataformas establezcan la edad mínima de 13 años para tener un perfil en la aplicación. Con ese perfil de usuario, los adolescentes, como nativos digitales que son, son capaces de usar la tecnología para diferentes actividades. No obstante, la falta de formación mediática aumenta el riesgo de que desarrollen problemas como el síndrome FOMO ('Fear Of Missing Out'), que se caracteriza por el miedo a perderse algo importante al estar desconectado, además de exponerse a ciberbullying, challenges o retos virales, sexting, sextorsión, grooming o ciberembaucamiento, suplantación de identidad y como no, las ya citadas fake news. Otro punto de atención en el uso de las redes es el filtro burbuja (Pariser, 2011), que permite al usuario de internet recibir informaciones basadas en sus predicciones, recolectadas por medio de su historial de búsquedas o "me gusta" en redes sociales. De esa manera, los que navegan por la red pueden alejarse de la información que no coincide con sus puntos de vista, aislándose por tanto en burbujas ideológicas y culturales.

Durante la pandemia del coronavirus, el aspecto negativo de las redes se puso de manifiesto en la propagación de las noticias falsas que llevó la Organización Mundial de la Salud a declarar una situación de infodemia caracterizada por el exceso de información. A medida que avanzaba la enfermedad a nivel mundial, la desinformación se fue expandiendo rápidamente pese a los esfuerzos de Facebook, WhatsApp y Google para paliar su propagación, así como la acción de muchos usuarios de las redes sociales que empezaron a marcar como contenidos sospechosos este tipo de informaciones, colaborando para combatir la desinformación (Pérez-Dasilva et al., 2020). Aunque no sea la única plataforma de difusión de bulos, el contenido informativo de las redes sociales es cuestionado por investigadores como Ghenai y Mejova (2018), así como el uso de los bots, programas que exploran automáticamente la red para encontrar información como herramienta para manipular la opinión pública y sembrar la confusión entre los usuarios (Sharevski et al., 2020).

La "infodemia" provocada por el coronavirus ha resaltado situaciones inusitadas en las que actores sociales que deberían frenar la propagación de los bulos se han convertido en protagonistas de la desinformación. Un portavoz del gobierno chino expandió el rumor de que el virus fue traído a China por Estados Unidos, información retratada por los medios estatales chinos. Medios de comunicación de Rusia insinuaron que la COVID-19 fue creada en un laboratorio de Estados Unidos en Georgia. Por su parte, el presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, dijo que el virus era una posible arma biológica dirigida a China, además de recomendar recetas naturales para curar el virus en un tweet que fue eliminado por Twitter (Pérez-Dasilva et al., 2020). Del mismo modo, el presidente Donald Trump también subestimó la gravedad de la enfermedad y llegó a sugerir inyectar luz o "desinfectantes" en pacientes para "limpiar los pulmones" y matar el coronavirus.

Para el EUvsDisinfo, un equipo de la Unión Europea especializado en combatir desinformaciones difundidas por Rusia sobre Europa, la guerra informativa no consiste en vender una idea determinada sino en confundir a la audiencia con exceso de información, especialmente en una crisis como la del coronavirus donde los científicos no tienen todavía todas las respuestas (Blanco, 2020). Ya los expertos del Barcelona Center for International Affairs (CIDOB) afirman que "hay una utilización política de la desinformación, primero para generar descontento sobre los Gobiernos y su gestión y después para intentar colocar los propios temas políticos en la agenda" (Blanco, 2020).

1.3. Los adolescentes y las redes

Una de las características de los adolescentes de hoy en día es el uso de los dispositivos móviles y de internet como herramientas indispensables del cotidiano. Ellos manejan con facilidad la tecnología y sacan provecho de ellas para jugar, socializar, entretenerse y para buscar informaciones sobre los más variados temas. No obstante, el hecho de que dominen el uso de la tecnología no significa que cuenten con las habilidades de análisis crítico necesarias para afrontar todas las situaciones que se presentan en el mundo digital de manera segura. Igual que en otros aspectos de la vida donde los adolescentes necesitan formación para el desarrollo de la ciudadanía, en el ámbito digital es fundamental la capacitación crítica para un uso adecuado, seguro y autónomo de las redes. Además de la socialización, la conectividad viabilizada por las TICs ha posibilitado nuevas formas de participación ciudadana que se modifica y amplifica cada vez más con el paso del tiempo. Plataformas como Facebook o Twitter son herramientas que posibilitan la difusión de demandas sociales, así como la posibilidad de expresar el descontento con servicios prestados por empresas, organizaciones y también con partidos y líderes políticos (Viché, 2018). Y frente a eso, es importante que los jóvenes se preparen para los retos que conllevan su participación y toma de decisiones como ciudadano digital.

Las redes sociales han posibilitado que cualquier individuo pueda opinar libremente sobre cualquier temática, publicando textos, fotos o vídeos producidos por ellos mismos o bien compartiendo contenido de otras personas, transformándose en un posible líder de opinión para la audiencia que le sigue (Mota et al., 2015). Esa posibilidad de expresión y de compartir contenidos de interés tiene la capacidad de generar una inteligencia colectiva (García-Galera y Valdivia, 2014) que deriva en una ciudadanía más activa y atenta con sus derechos. La Web 2.0 (O'Reilly, 2007), nombre dado a la interacción social basada en diferentes aplicaciones Web que facilitan el intercambio de

información e interactividad en tiempo real, sacaron a los usuarios de los medios de comunicación tradicionales del (Hernández y Novara, 2012) rol de simples receptores, alzándoles a la condición de receptores y emisores, dando origen al término prosumidor, usuario que no es solo consumidor sino también creador de contenidos.

Estudios previos acerca de la participación ciudadana en las redes sociales (Hernández-Merayo et al., 2013); (Kahne et al., 2013); (Hernández y Novara, 2012) resaltan que los soportes digitales posibilitan que la ciudadanía digital esté cada vez más informada y conectada, convirtiendo la participación cívica en una de las características dominantes de las redes sociales. No obstante, entre los jóvenes, la participación en cuestiones de relevancia social de forma online y offline demanda una alfabetización digital y un incremento en el nivel de competencias mediática (García-Galera y Valdivia, 2014). Las redes sociales abren un camino hacia la participación ciudadana, una vez que implican a sus usuarios en eventos que anteriormente tendrían una difusión tan sólo dirigida a determinados sectores. Eso permite que los organizadores de determinados movimientos amplifiquen su difusión (Rubio-Gil, 2012), a su vez que permite a los receptores la doble posibilidad de informarse y de producir su propio mensaje, hecho que contribuye en el empoderamiento ciudadano.

Como ha resaltado Castells (2014), la sociedad actual se caracteriza por la interactividad virtual que se da por diferentes plataformas en las pantallas móviles. Eso posibilita un entendimiento de la realidad que no siempre es el más adecuado (Aguaded et al., 2015), lo que subraya la necesidad de formación del sujeto mediático para el uso crítico de todos los recursos disponibles. La preocupación por esa capacitación mediática se remonta a principios de los años ochenta del siglo anterior cuando la UNESCO presentó la Declaración de Grunwald (Pérez-Rodríguez, 2007), en que afirmaba:

En lugar de condenar o aprobar el indiscutible poder de los medios de comunicación, es forzoso aceptar como un hecho establecido su considerable impacto y su propagación a través del mundo y reconocer al mismo tiempo que constituyen un elemento importante de la cultura en el mundo contemporáneo. No hay que subestimar el cometido de la comunicación y sus medios en el proceso de desarrollo, ni la función esencial de éstos en lo que atañe a favorecer la participación activa de los ciudadanos en la sociedad. Los sistemas políticos y educacionales deben asumir las obligaciones que les incumben para promover entre los ciudadanos una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación (Unesco, 1982).

2. Objetivos

En función del contexto presentado con anterioridad y teniendo en cuenta la complejidad del impacto de las fake news en el conjunto de la sociedad, este estudio aborda la importancia de arrojar luz en la necesidad de fomentar la formación del pensamiento crítico en los ciudadanos, en especial a los jóvenes estudiantes nativos digitales que controlan el uso de las herramientas y plataformas pero que no siempre están preparados para realizar un análisis crítico del contenido que consumen y producen, capacidad esta indispensable para garantizar la estabilidad democrática, minimizando la manipulación que puede ocurrir en momentos de crisis como la del coronavirus o en momentos decisivos de cuestiones políticas.

Como objetivo principal, esta investigación busca el entendimiento de la percepción de los jóvenes sobre las noticias que circulan por las redes y de qué manera estas informaciones pueden impactar en sus decisiones diarias. Como objetivo secundario, se pretende arrojar luz sobre la forma como los adolescentes perciben las fake news y como reacción frente a ella. Este análisis nos aportará insumos para un entendimiento más amplio de como la educación y de los medios de comunicación pueden actuar en la lucha contra la desinformación y, de ese modo, contribuir con la estabilidad democrática, basada en una ciudadanía crítica y responsable con el consumo y difusión de contenido, en especial el audiovisual.

3. Metodología

Para intentar dar respuestas a las preguntas de la investigación hemos realizado un análisis exploratorio con estudiantes de 3º y 4º de ESO en la Comunidad de Madrid. La elección de estos grupos se basa en la edad, comprendida entre los 14 y 17 años, franja con alto consumo diario de las redes sociales y que está en los últimos años de la enseñanza obligatoria en el sistema educativo español. Una vez determinada la muestra, el acceso a los institutos estaba restringido por razones de seguridad sanitaria impuestos por los protocolos anti-COVID al alumnado y al profesional docente. De ese modo, hemos podido impartir los talleres, realizar las entrevistas y pasar las encuestas con cuestiones abiertas en tres institutos públicos y uno concertado de la zona Este de la Comunidad de Madrid, abarcando en total, a cerca de 450 estudiantes. Desde la etnografía y partiendo de un enfoque cualitativo, adoptamos la metodología que aporta el análisis del contenido (Krippendorff, 2013) a través del discurso (Gee, 2014). Esta técnica nos ha permitido analizar, estructurar y objetivar el objeto de estudio en los diferentes contenidos (Neuendorf, 2002).

En relación con los aspectos éticos, hemos solicitado autorización parental y acuerdo de colaboración por parte de los participantes. El tratamiento de los datos se ha dado de manera anónima, garantizando la confidencialidad. Como estrategia metodológica se hace uso de la Teoría Fundamentada partiendo de 7 códigos establecidos de

antemano como redes sociales, democracia, ciudadanía, fake news, influencers, educación, pensamiento crítico, apoyado por el uso del NVivo.

En los talleres se ha abordado el tema de la fake news y algunos riesgos inherentes al uso de las redes sociales, ofreciéndoles recursos que les permitan intentar identificar los bulos y la manera de cómo deben de actuar para defenderse ante posibles manipulaciones. Posteriormente, se han realizado charlas focales en grupos de 30 o 40 adolescentes para acercarnos al entendimiento del papel de las redes en la rutina de los estudiantes y el impacto que tienen estas en sus tomas de decisión. Para complementar la investigación, se ha realizado una encuesta con cuestiones abiertas que nos ayudará a mapear posibles diferencias entre edad y género, así como para identificar las redes de mayor audiencia, el perfil de uso, los productores de contenido referente, así como su percepción del rol que tienen el centro educativo y el profesorado en la formación del pensamiento crítico.

El cuestionario se ha estructurado en cuatro bloques que atendían a distintos objetivos, como se expone a seguir.

1º - para mapear los perfiles:

Cuéntame un poco sobre ti:

- Edad
- Sexo
- Curso académico

2º - para identificar preferencias de las plataformas

Hablemos un poco de las redes sociales...

- ¿Te gustan las redes sociales? ¿Por qué te gustan?
- ¿Qué red social te gusta más? ¿Por qué?
- ¿Crees que hay algún peligro al usar las redes sociales? Si es así, ¿cuáles crees que son?
- En caso de que tengas dudas sobre el buen uso de las redes sociales ¿con quién hablas?
- ¿Crees que podrían hablar más sobre redes sociales en el instituto? ¿De qué temas de gustaría que hablasen en el instituto?

3º - para entender sus conocimientos sobre bulos y fake news.

Y de las noticias falsas que circulan en Internet...

- ¿Sabes qué son bulos o fakenews?
- ¿Sabes cómo identificar cuando una noticia es un bulo o fakenews? Cuéntame un poco cómo has aprendido sobre bulos o fakenews, cómo has aprendido a identificarlos.
- ¿Qué haces cuando recibes o identificas un bulo o una fakenews en tus redes sociales?
- ¿Has visto o recibido bulos o fakenews sobre el coronavirus? ¿Hablas de los bulos o fakenews con alguien? ¿Con quién?
- ¿Qué te parecen los bulos o fakenews? ¿Crees que pueden hacer daño a la sociedad? Cuenta un poco lo que piensas sobre ese tema.

4º - para entender sus percepciones sobre las noticias que se puede encontrar en la red.

Hablando de las noticias en general, cuéntame un poco lo que piensas acerca de ellas...

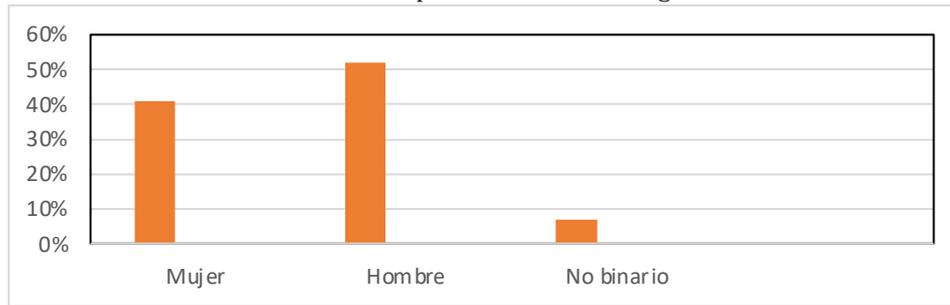
- ¿Las informaciones que recibes en las redes sociales te ayudan a tomar decisiones?
- ¿Haces cosas solo porque las viste en las redes sociales?
- ¿Te sientes influenciado por las redes sociales? ¿Quién te influencia más?
- ¿Qué te parece las noticias que aparecen en las redes sociales? ¿Sabes quienes las difunden?

Para analizar las informaciones generadas en las tres etapas de recogida de datos con los adolescentes hemos usados programas informáticos que nos permitieron examinar las respuestas a la entrevista y las contestaciones de los cuestionarios tanto de manera cualitativa como cuantitativa.

4. Resultados

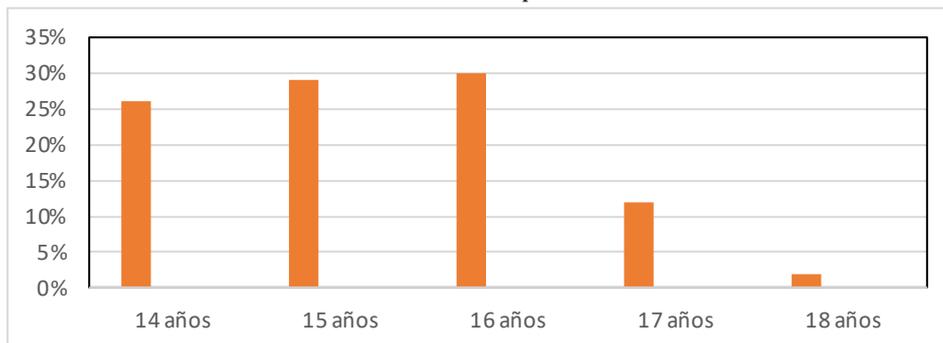
Los resultados de esta investigación reflejan el análisis de los datos recolectados a través de talleres, entrevistas y un cuestionario con preguntas abiertas realizadas a un total de 450 estudiantes de 3º y 4º de ESO de la Comunidad de Madrid. Los perfiles de género o la diferencia etaria, como se puede observar en los gráficos nº 1 y nº2, no presentaron desviaciones de comportamiento que pudieran indicar alguna tendencia diferenciada en el patrón de las respuestas.

Gráfico 1. Perfil por identificación de género



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Perfil por edad

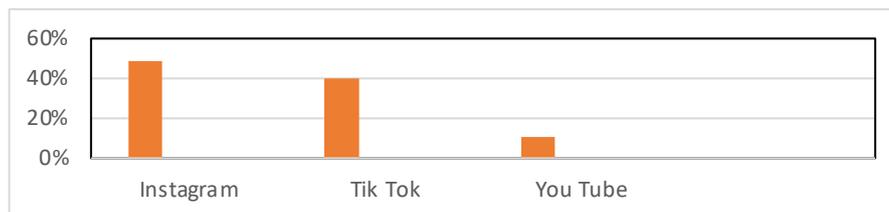


Fuente: Elaboración propia

4.1. El uso de las redes

A lo largo de las actividades la respuesta más recurrente fue sobre el uso de las redes sociales para el entretenimiento y en segundo plano para mantenerse actualizado sobre lo que hace su círculo más cercano. La plataforma más usada en el universo de la muestra es Instagram, seguida de Tik Tok y YouTube, como se observa en el gráfico nº3. Y la predilección está relacionada con el hecho de que en esta aplicación es posible entretenerse, mantener contacto con los amigos y tener la posibilidad de conocer a otras personas. Sobre Tik Tok aseguran que es una red diversa, dónde pueden aprender música y bailes de moda y califican a Youtube como una herramienta eficaz para encontrar información sobre “cualquier cosa”.

Gráfico 3. Redes sociales más usadas



Fuente: Elaboración propia

Aunque los estudiantes subrayan los muchos beneficios que se pueden encontrar en internet y en especial en las redes sociales, los estudiantes cuentan con el entendimiento de que hay riesgos en el uso del mundo digital resaltando el ciberacoso y la suplantación de la identidad como los principales peligros, seguidos de la posibilidad de la geolocalización y hablar con desconocidos. Cuando necesitan afrontar alguna situación en que no saben cómo actuar la mayoría afirma hablar con los amigos o buscar información en herramientas como Google. Un grupo más reducido buscan ayuda en los padres y solamente un 12% ha mencionado el centro educativo como un referente para mejorar sus conocimientos y prepararse para afrontar posibles peligros existentes en las redes. Se ha podido identificar una correlación entre los que afirmaron que buscan solucionar sus dudas buscando referencias en internet por medio de plataformas y buscadores, son los que no consideran que los centros de enseñanza deberían incluir de manera sistémica en los currículos académico contenido que fomente el análisis crítico de las informaciones difundidas en las redes, afirmando que “los adolescentes son capaces de tener sentido común sin el apoyo de los institutos de educación”.

4.2. Las fake news y sus consecuencias

Antes de la realización de los talleres, los alumnos no han mencionado de manera espontánea las fake news como un peligro subyacente al mundo digital. Sin embargo, eran conscientes de que las noticias falsas son dañinas y que pueden perjudicar a la democracia, aunque no fueran capaces de informar cuál era el peligro real de la desinformación. Además de asociar los bulos a bromas juveniles, presentando desconocimiento de lo que sería una posible guerra informativa con sesgo político e interés económico. Los principales comentarios sobre los fake news relataron que “es peligroso por ser una mentira que mucha gente se lo cree”. La gran mayoría de los participantes del estudio han afirmado haber recibido algún bulo del coronavirus, recalando ignorar la información y que algunos casos hablaron del tema con amigos y en menor medida con la familia.

Sobre la necesidad de desarrollar habilidades que viabilicen un entendimiento del contenido disponible en las redes de manera crítica, muchos estudiantes no vinculan de manera espontánea esa capacitación con un aprendizaje que puede ser adquirido en los centros de enseñanza. En la percepción de los alumnos, los profesores no están habilitados para hablar de temas relacionados al ámbito digital y en especial sobre las redes sociales. No obstante, cuando son preguntados si les gustaría hablar de estos temas en el instituto, un número expresivo (64%) contesta de manera afirmativa asegurando que convendría hablar de temas como: ventajas en el buen uso de las redes, seguridad en el mundo digital, asuntos sobre sexualidad y cómo las redes pueden impactar en su futuro profesional.

4.3. La influencia de las redes sociales y la toma de decisiones

Los pocos estudiantes que afirmaron consumir algún tipo de noticia difundida por la prensa, explicaron hacerlo al ver los informativos emitidos en la televisión y en compañía de sus familiares. En ese punto cabe resaltar que la mayoría de los participantes considera como noticia las informaciones emitidas por los influenciadores en sus perfiles de las redes sociales. 65% de los participantes han subrayado que sus decisiones están basadas en las orientaciones de sus padres o en la opinión de sus amigos. En ese sentido, los perfiles que acaparan mil millones de seguidores ejercen influencia sobre los adolescentes en temas relacionados al entretenimiento, como la música y los bailes, el preparo de la comida, la ropa y la moda. En asuntos calificados por los alumnos como importantes para su vida, como fueron las medidas de prevención sobre el coronavirus, explicaron que no escuchan las “largas charlas aburridas” y que seguían las orientaciones de la familia y los amigos.

5. Conclusiones

El encerramiento del proceso de análisis los datos recolectados en los talleres, entrevistas y cuestionarios de preguntas abiertas con los 450 estudiantes de 3º y 4º de ESO de 3 institutos públicos y uno concertado de la región leste de la Comunidad de Madrid nos ha permitido llegar a un panorama que señala una hoja de ruta para el planteamiento inicial, con acercamiento a la percepción de los adolescentes sobre las noticias que circulan por las redes y de qué manera estas informaciones pueden impactar en sus decisiones diarias. Así como arrojar luz sobre la forma como los adolescentes perciben las fake news y como reacción frente nos ha permitido entender el punto de vista de los adolescentes sobre el uso y conocimiento crítico.

El contacto con los alumnos dentro del centro escolar y en la compañía de sus tutores nos ha permitido entender la existencia de un descompás entre las propuestas académicas de muchos investigadores sobre la importancia de la alfabetización mediática y la práctica diaria de los institutos. Si, por un lado, autores como Bartlett (2018) recalcan la necesidad urgente de llevar el tema de la desinformación a las escuelas, mejorando la aplicación de la alfabetización mediática, por otro está la realidad diaria de la comunidad académica. En los centros educativos visitados, la adopción de las plataformas de redes sociales, uno de los principales medios de intercambio de informaciones, es minoritario y su uso por parte de los adolescentes sigue tratándose como un tabú al no estar consolidado de manera sistémica en el currículo académico.

A lo largo del estudio, hemos identificado que los adolescentes consideran las redes sociales como una herramienta de entretenimiento donde pueden divertirse, hablar con amigos y familiares, enterarse de temas de moda (ropa, música y baile) y valoran la posibilidad de encontrar informaciones sobre los más diferentes temas en los buscadores y en tutoriales en plataformas de vídeos. No es una práctica común entre la muestra observada la lectura de noticias, incluso las que eventualmente surgen en sus perfiles de redes sociales de manera espontánea. Los que afirman tener contacto con contenidos a través de los medios de comunicación tradicionales, lo hacen a través de contenidos emitidos en la televisión en la compañía de sus familiares. En ese contexto, también cabe resaltar que muchos jóvenes consideran las publicaciones de los influenciadores como noticia, aunque que sus contenidos reflejen solamente las opiniones personales de dichos instagramers o youtubers.

Como resultado de esa investigación exploratoria, se puede destacar que todavía el tema del uso de redes sociales y el fomento al pensamiento crítico sobre las informaciones difundidas en estos medios, en especial el contenido audiovisual de plataformas como Instagram y Tik Tok, son tratados todavía con cierta lejanía entre profesores y estudiantes. Si, por un lado, los docentes indican la necesidad de formación sobre la alfabetización

mediática que posibilite abordar el tema con los alumnos de manera transversal sin perder el enfoque de sus propias asignaturas y sin comprometer el contenido curricular hasta ahora establecido, por otro lado, los estudiantes no encuentran en los profesores un referente para buscar informaciones sobre sus dudas en relación al buen uso de las redes sociales. Pese a los problemas de convivencia que generan el uso de las RRSS a través de los dispositivos móviles en las actuales comunidades educativas de los centros de enseñanza, con sucesos que ocurren fuera del horario lectivo pero que afectan directamente a la convivencia dentro de los centros, los alumnos reclaman el uso de estos dispositivos como una herramienta pedagógica más, ágil, fiable y rápida, algo que choca frontalmente con la prohibición de su uso por parte de los equipos directivos y las familias amparados en la normativa vigente de la Comunidad de Madrid (DECRETO 60/2020).

La investigación nos ha permitido identificar qué temas candentes como las fake news generadas en la pandemia del coronavirus que tantas dudas han renegado en la ciudadanía no son percibidos por los alumnos de 3º y 4º de ESO, los últimos años de la educación obligatoria, como un asunto que debería ser debatido en el ámbito escolar, una vez que no percibe la comunidad académica como actualizada en cuestiones del mundo digital, siendo la familia, los amigos y las propias posibilidades encontradas en internet su enciclopedia para afrontar los retos que se presentan.

De ese modo, se puede entender que más que incrementar la alfabetización mediática o la educomunicación en el currículo académico es necesario fomentar un cambio de mentalidad sobre los beneficios, riesgos y posibilidades de las redes sociales para la formación de una ciudadanía más crítica y lista para asumir con responsabilidad todo el proceso de cambio que vivimos constantemente como sociedad. De cara a futuras investigaciones, es una ventana que se abre para resaltar la necesidad de una observación práctica y no solamente teórica de las propuestas teorías académicas que se plantean desde la llegada de las TICs para atajar el tema de la inestabilidad democrática provocada por la desinformación y manipulación.

Referencias

- Aguaded, I., Caldeiro-Pedreira, M. C., & Garcia-Ruiz, R. (2015). Alfabetización y responsabilidad social como base para el empoderamiento de los prosumidores en el entorno digital. *Media&Jornalismo*, 43-62.
- Alberola, M. (9 de abril de 2018). La corrupción erosiona la confianza de los ciudadanos en las instituciones. *El País*, pág. https://elpais.com/politica/2018/04/09/actualidad/1523275253_036368.html.
- Anderson, M., & Jiang, J. (31 de mayo de 2018). Teens, Social Media and Technology 2018. *PEW RESEARCH CENTER*, págs. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>.
- Arent, H. (2003). *Responsabilidade e julgamento - Escritos morais e éticos*. Caminho das Letras.
- Bartlett, J. (2018). *The People Vs Tech: How the internet is killing democracy (and how we save it)*. Ebury Press.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>.
- Blanco, P. R. (22 de marzo de 2020). ¿A quién beneficia la avalancha de bulos sobre el coronavirus? *El País*, pág. https://elpais.com/elpais/2020/03/21/hechos/1584803141_948265.html.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.
- Castells, M. (2 de fevereiro de 2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. Madrid: Open Mind BBVA. Obtenido de Open Mind BBVA: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- Costa-Sánchez, C., & López-García, X. (2020). Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. *Profesional de la información*, e290304. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>.
- Dahl, R. (2001). *Sobre a Democracia*. Brasília: Editora UnB.
- Dahl, R. (2006). *On Political Equality*. Yale University Press.
- Dahlgren, J. P., García, M. B., & Ehlén, J. (2011). Nonlinear relationships between vital rates and state variables in demographic models. *Ecological Society of America*, 1181-1187.
- García-Galera, M.-C., & Valdivia, A. (2014). Prosumidores mediáticos. Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios. *Revista Comunicar*, 10-13.
- Gee, J. P. (2014). *An Introduction to Discourse Analysis Theory and Method*. Routledge.
- Ghenai, A., & Mejova, Y. (2018). Fake Cures: User-centric Modeling of Health Misinformation in Social Media. *ACM Digital Library*, 1-20. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3274327>.
- Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 411-426.
- Hernández, C. B., & Novara, A. J. (2012). La red: ¿nueva herramienta o nuevo escenario para la participación política? Consideraciones a partir del análisis de las prácticas políticas online de las generaciones más jóvenes. *Congreso Internacional "América Latina: La autonomía de una región"*, 514-527. Madrid: Trama editorial.
- Hernández-Merayo, E., Robles-Vílchez, M.-C., & Martínez-Rodríguez, J.-B. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M. *Revista Comunicar*, 59-67.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La trama de la comunicación*, 235-252.
- Kahne, J., Lee, N.-J., & Feezell, J. T. (2013). The Civic and Political Significance of Online Participatory Cultures and Youth Transitioning to Adulthood. *Journal of Information Technology & Politics*, 1-20.
- Kleis-Nielsen, R., Fletcher, R., Newman, N., & Howard, P. N. (2020). *Navigating the 'infodemic': how people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Reuters Institute for the Study of Journalism - University of Oxford.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism, Revised and Updated 3rd Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Crown.
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology (3rd ed)*. Sage Publications.
- Lapuente, V., Fernández-Albertos, J., Ahumada, M., Alonso, A. G., Llobet, G., Parrado, S., . . . Gortázar, L. (2018). *La calidad de las instituciones en España*. Círculo de Empresarios.
- Loader, B., & Mercea, D. (2012). *Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics*. Routledge.
- Miguel-Vara, A. (2020). Se debilita la confianza en los medios, resisten las marcas periodísticas y emerge el periodismo local. *Digital News Report es 2020*.
- Mota, B. S., Bittencourt, M., & Viana, P. M. (2015). A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. *Revista E-Compós*, 1-25.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Londres: Reuters Institute y University of Oxford.

- O'Reilly, T. (2007). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies*, 17-37. Obtenido de <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Penguin Books Limited.
- Pérez-Dasilva, J.-Á., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El profesional de la información*, e290308. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>.
- Pérez-Rodríguez, M. A. (2007). Declaración de UNESCO en Grunwald (Alemania). *Comunicar*, 122-125.
- Rubio-Gil, Á. (2012). Telos: Cuadernos de comunicación e innovación. *Participación política de la juventud, redes sociales y democracia digital*, 106-115.
- Sharevski, F., Jachim, P., & Florek, K. (2020). To Tweet or Not to Tweet: Covertly Manipulating a Twitter Debate on Vaccines Using Malware-Induced Misperceptions. *In Conference*, 1-10. <https://doi.org/doi>.
- Van-Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., Vreese, C. d., Matthes, J., . . . Sheafer, T. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 3-27.
- Viché, M. (2018). La paxis de la ciberanimación. *Quaderns d'animació i educació social*.
- World Health Organization. (2 de Marzo de 2022). *World Health Organization*. Obtenido de Novel Coronavirus(2019-nCoV) Situation Report - 13: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/330778/nCoVsitrep02Feb2020-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zúñiga, H. G., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-mediated communication*, 105-123.
- Zúñiga, H.-G. d., Huber, B., & Strauß, N. (2018). Social media and democracy. *Profesional de la información*, 1699-2407. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.01>.