



Facebook, noticias falsas y su impacto en la juventud

Facebook, fake news and its impact on youth

Facebook, notícias falsas e seu impacto na juventude

Jenny Maribel Zavala-Enriquez ^I

jenny.zavala@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-1061-6836>

Christian Giovanni Miranda-Gaibor ^{II}

giovanny.miranda@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9974-6018>

Hernán Patricio Pillajo-Borja ^{III}

hernan.pillajo@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9607-5247>

Andrés Leandro Rodríguez-Galán ^{IV}

andres.rodriguez@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5127-3832>

Correspondencia: jenny.zavala@unach.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de septiembre de 2023 * **Aceptado:** 13 de octubre de 2023 * **Publicado:** 12 de enero de 2024

- I. Universidad Nacional de Chimborazo, Carrera de Comunicación, Ecuador.
- II. Universidad Nacional de Chimborazo, Carrera de Comunicación, Ecuador.
- III. Universidad Nacional de Chimborazo, Carrera de Comunicación, Ecuador.
- IV. Universidad Nacional de Chimborazo, Carrera de Comunicación, Ecuador.

Resumen

El estudio analiza cómo se generan los procesos de recepción y circulación de las noticias falsas en la juventud mediante la red social “Facebook” teniendo en cuenta el grado de acogida de esta red social entre los adolescentes. Para ello se optó por una metodología de carácter cuantitativo utilizando la técnica de encuesta, la misma que ha sido aplicada a 260 estudiantes secundarios de 15 a 17 años, especialidad Bachillerato General Unificado (BGU) de la Unidad Educativa “Primero de Abril”, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi con el fin de diagnosticar el grado de influencia de “Facebook” en la obtención de información y determinar las principales características que los jóvenes reconocen en una noticia falsa antes de compartirla en su red social. Como resultados de la investigación se obtuvo que la inmensa mayoría del grupo en estudio posee una cuenta en Facebook, y gran parte de ellos saben qué es una noticia falsa, pero existe una opinión dividida respecto al modo de cómo identificarla, lo que, en efecto, significó una falencia. Asimismo, los propios estudiantes manifestaron comprender el daño que causa el generar y difundir noticias que no son reales y que, en efecto, reflejaron su desinterés por socializar información de quien se hable en la noticia, en tanto comprenden el gran impacto negativo que puede provocar tanto para los implicados como a la sociedad, en general.

Palabras clave: Redes sociales; Facebook; Comunicación; Información; Noticias falsas.

Abstract

The study analyzes how the processes of reception and circulation of fake news in youth are generated through the social network “Facebook” taking into account the degree of reception of this social network among adolescents. For this purpose, a quantitative methodology was chosen using the survey technique, which has been applied to 260 secondary students from 15 to 17 years old, specializing in the Unified General Baccalaureate (BGU) of the “Primero de Abril” Educational Unit, canton. Latacunga, province of Cotopaxi in order to diagnose the degree of influence of “Facebook” in obtaining information and determine the main characteristics that young people recognize in fake news before sharing it on their social network. As a result of the research, it was found that the vast majority of the group under study has a Facebook account, and a large part of them know what fake news is, but there is a divided opinion regarding how to identify it, which, in effect, , meant a failure. Likewise, the students themselves stated that they understood

the damage caused by generating and disseminating news that is not real and that, in effect, they reflected their lack of interest in socializing information about whoever is discussed in the news, while they understand the great negative impact that it can cause. both for those involved and for society in general.

Keywords: Social networks; Facebook; Communication; Information; Fake news.

Resumo

O estudo analisa como são gerados os processos de recepção e circulação de notícias falsas nos jovens através da rede social “Facebook” tendo em conta o grau de recepção desta rede social entre os adolescentes. Para tanto, optou-se por uma metodologia quantitativa utilizando a técnica de pesquisa, que foi aplicada a 260 alunos do ensino médio de 15 a 17 anos, especializados no Bacharelado Geral Unificado (BGU) da Unidade Educacional “Primero de Abril”, cantão. Latacunga, província de Cotopaxi, com o objetivo de diagnosticar o grau de influência do “Facebook” na obtenção de informação e determinar as principais características que os jovens reconhecem nas notícias falsas antes de as partilhar na sua rede social. Como resultado da pesquisa, constatou-se que a grande maioria do grupo em estudo possui conta no Facebook, e grande parte deles sabe o que são notícias falsas, mas há uma opinião dividida sobre como identificá-las, o que, na verdade, significou um fracasso. Da mesma forma, os próprios alunos afirmaram compreender os prejuízos causados pela geração e divulgação de notícias que não são reais e que, com efeito, refletem o seu desinteresse em socializar informações sobre quem é abordado nas notícias, ao mesmo tempo que compreendem o grande negativo impacto que pode causar tanto para os envolvidos como para a sociedade em geral.

Palavras-chave: Redes sociais; Facebook; Comunicação; Informação; Notícias falsas.

Introducción

Día a día la sociedad enfrenta constante cambio y evolución de las diversas maneras de generar, receptar y compartir información. Por tal motivo, el ser humano ha ido buscando alternativas ante estos cambios comunicacionales, dando paso a las redes sociales como una necesidad de interactuar, llegando así a considerarlas como herramientas de comunicación para facilitar el intercambio de información entre los individuos.

Gracias a la gran influencia que tienen las redes sociales en la actualidad, la mayor cantidad de gente ha optado por utilizarlas como fuente directa de adquisición de información, es por esto que adolescentes de diferentes edades han considerado segura y confiable a la red social Facebook como una fuente instantánea de noticias, teniendo en cuenta que varios medios tradicionales han optado por migrar a la web 2.0 y utilizarla como herramienta factible de comunicación.

Sin embargo, este grupo es el más propensos al uso indebido de esta red social, que se ha convertido en una de las más utilizadas por los internautas convirtiéndose en un fenómeno que abarca la gran parte de atención por parte de medios de comunicación para difundir parte de sus noticias pero, de igual manera, es una llamativa oferta para que diferentes personas envíen información errónea con el propósito de confundir o persuadir en intereses propios a los usuarios dando paso a la generación de noticias falsas; en tanto “se trata de contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario (Cortés y Isaza, 2017, p. 5).

En el Ecuador la utilización de redes sociales ha causado un gran impacto dentro la comunidad de estudiantes, debido a que con su llegada ha generado un nuevo método de comunicación, donde La penetración del móvil en la población económicamente activa es de 70 a 80%. La académica citó datos de que entre un 20 y 40% de los usuarios ecuatorianos acuden a la Internet para comunicarse e informarse. De ahí que González dijo que es bastante preocupante si se piensa en todo lo que circula impunemente a través de las redes sociales. (El Comercio, 2017).

Se entenderá así que el intercambio constante de noticias dentro de las redes sociales especialmente en Facebook, que es a nivel mundial, debe tomarse en cuenta que con solo un clic una noticia se puede llegar a difundir a miles de personas, por lo que requiere estar atentos al momento de leer noticias para poder detectar referencias que guíe a saber si se trata de una noticia real o falsa, siendo los adolescentes entre los más propensos a verse envueltos en esta problemática, en tanto es el grupo que más interacción en Internet posee y cuya realidad no es distinta en la provincia de Cotopaxi, donde se los puede catalogar como uno de los grupos que más consumen noticias en la red social Facebook.

Antecedentes

Las redes sociales en el mundo

Las redes sociales son estructuras creadas en Internet por individuos o asociaciones que comparten ciertos intereses o cualidades básicas. A través de ellos, se realizan interacciones entre personas de diversos lugares de una manera rápida. Entiéndase así que, las redes sociales, en su acepción general, existen desde hace varias décadas, y han sido objeto de estudio desde diferentes enfoques, principalmente de orden sociológico. Sin embargo, en los últimos años, el aumento de usuarios en las redes en línea ha sido exponencial debido, principalmente, a la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (Pérez, Ortiz y Flores, 2015, p. 193).

Por lo que si bien dichas redes se empezaron a utilizar con la finalidad de relacionar a los sujetos para dar a conocer cuestiones personales, con el tiempo la sociedad se vio expuesta a que existan cambios radicales dentro de su modo tradicional de socializar que cambió, incluso, la forma de comunicar de los mass media que se vieron en la necesidad de migrar hacia la web 2.0 para, de esta manera, obtener la inmediatez requerida en la actualidad; por lo que la web 2.0 ha llegado para convertirse en una herramienta útil en la comunicación pero, de igual manera, en una forma peligrosa si de noticias se trata.

Ahora bien, la joven historia de las aplicaciones sociales tiene su comienzo en la crisis informática del año 2003 donde casi todas las empresas que habían crecido al alimón de los mercados financieros se declaraban en quiebra y cerraban sus portales de Internet por la falta de visitas. Son entonces los usuarios los que cobran protagonismo. Inspirados en la mensajería instantánea y en la proliferación de los foros de discusión, tres norteamericanos crean en ese momento, sendas empresas destinadas a que los internautas puedan hablar entre ellos y conocerse mejor. (Caldevilla Domínguez, 2010, p. 4)

Se comprenderá así que una red social nace con el fin de que los límites entre personas dejen de existir, teniendo en cuenta la facilidad y rapidez con la que un mensaje se puede enviar. Las personas empiezan a utilizarlas ya no solo como herramienta que mejora la comunicación, sino también como canal de comunicación con varios individuos que se encuentran al otro lado del mundo, donde el uso de las redes sociales es la representación de la necesidad de poder comunicarse, y del que el ser humano busca diversas maneras o estrategias de que su mensaje sea escuchado y transmitido entre varias personas.

Según Herrera (2012) Las relaciones interpersonales son parte de la esencia natural del hombre, y sin lugar a dudas esta dinámica es trasladada a las organizaciones, las cuales como entes vivos y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno (p.3)

Se entenderá así que la existencia del ser humano ha buscado diversas maneras de comunicarse, sea con señales o sea con su propio lenguaje, pero siempre tratando de compartir su opinión sobre algún tema. Esto es lo que provoca el surgimiento de las redes sociales como calmantes ante la necesidad de comunicarse teniendo en cuenta que todo ser es un ente comunicacional.

Redes sociales y los políticos

La utilización de las redes sociales por parte de los partidos políticos es muy común, debido a que éstas poseen una gran cantidad de audiencia a nivel mundial. Esto permite que su política sea conocida, no solo dentro de un contexto local sino llegando a lo global, por lo que gran parte de candidatos a diversas delegaciones, han optado por usar las nuevas herramientas tecnológicas que en la actualidad ofrece la web 2.0 para que, de esta manera, sus lectores puedan conocer su planteamiento ante diferentes temas que afectan a la sociedad Así,

La mediatización de la política ha escalado y hoy además de los medios de comunicación tradicionales, gracias a la tecnología, los políticos han desarrollado un verdadero sistema de intercambio de mensajes y de interactividad con el electorado. El uso de las redes sociales en la política es una forma de acercamiento a la ciudadanía, el que a su vez ha abierto nuevas plataformas de expansión de los mensajes y difusión de sus iniciativas. Los políticos que ejercen la pos verdad tienen un gran manejo de las tecnologías de la información, y han hecho uso de ellas para transmitir no sólo sus ideas, sino también sus mentiras; por ejemplo, el Twitter de Donald Trump fue una gran arma de campaña. (Sanhueza, 2017, pág. 30)

Se comprenderá, con ello, que estas plataformas virtuales se han convertido en el medio ideal no solo para difundir ideales sino, ante todo posiciones partidistas de los distintos partidos y movimientos políticos que han encontrado en ellas el aliado perfecto para consolidarse.

Redes sociales y los jóvenes

Para los jóvenes es importante mantener una comunicación frecuente con sus amigos, seres queridos y conocidos, es por este motivo que ocupan a varias de las redes sociales como una herramienta comunicacional, debido a la rapidez con la que sus mensajes se propagan entre ellos. A decir de Candale (2017), “en pleno proceso de formación de su personalidad, los jóvenes utilizan las herramientas ofrecidas por la tecnología para construir una identidad virtual a la que prefieren a la hora de relacionarse con los demás” (p. 3), por lo que para Loreto, Crespo, Elgueta Ruiz y Riffo Parra (2009), los adolescentes ingresan a redes sociales como Facebook con la finalidad de socializar, sin tener conciencia de como su intimidad y su vida socio afectiva se ven afectadas directamente. Concluyen que Facebook se ha convertido en un producto de consumo cultural por cuestiones de moda.

De hecho, Facebook colaboró con los alumnos de las universidades que accedieron a su sistema, debido a que podían dejar a un lado sus agendas para comunicarse con cualquier persona, simplemente poniendo su nombre; es decir, no hizo falta recordar ni guardar la dirección de email. De esta manera” Internet se empezó a personalizar y a incorporarse en el día a día de los jóvenes del mundo entero” (Valle, 2013, p. 22).

Uso de internet y la plataforma Facebook en adolescentes

La investigación realizada por Velásquez, Carrión y Yaguache (2015) permite entender por qué la gente utiliza las redes sociales no solo como una herramienta para generar comunicación, sino también para realizar diversas actividades que no solo tienen que ver con el intercambio de mensajes entre dos o más personas, además de la utilidad que tienen las redes sociales para los adolescentes; en tanto, “las redes sociales permiten no solo relacionarse con amistades, sino que pueden ser un recurso en el ámbito educativo, compartir información e incentivar a los jóvenes a la producción y criticidad de contenidos en la web” (Velásquez, Carrión y Yaguache, 2015, p. 290). Con el avance del internet, son los jóvenes quienes son considerados como la generación que más oportunidad de ingreso en redes sociales tienen, es por eso que algunos optan por realizar videos y subirlos a las diversas plataformas donde más personas de su misma edad son quienes se encargan de compartirlos y difundirlos. De la misma manera funciona la circulación de noticias falsas entre quienes utilizan redes sociales.

Facebook

Una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad es Facebook, no solo es una herramienta que facilita la interacción entre dos o más personas, sino también es utilizada como el camino más seguro al que han recurrido los medios tradicionales para la difusión de noticias.

Según Flores, Morán y Rodríguez (2017)

Es el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. En inicios era de uso exclusivo de universitarios, pero en setiembre del 2006, se amplió sus fronteras permitiendo así que cualquier persona que tenga un correo pueda acceder a dicho portal.

La misión de esta red es colaborar con la gente a que forme comunidades, así como a mantener contacto de la gente, por medio de compartir experiencias de vida. Esto sucede porque Facebook es una herramienta de comunicación básica pensada para solucionar el problema de cómo conseguir y seguir en contacto con los compañeros, pero también, un medio susceptible a ser objeto de noticias falsas.

Noticias falsas o “Fake news”

Para Chulvi (2018) “la difusión de información sin contrastar o, más l anamente, el ejercicio de mal periodismo se corresponden con lo que tradicionalmente se ha llamado manipulación o amaril ismo” (p. 3), por lo que no contrastar una noticia o no conocer su procedencia, es importante caer en cuenta que debemos ir más allá de lo que nos muestran no solo en el internet sino también, en los medios tradicionales, para no caer en el error de compartir una noticia no verídica se convertirá en una noticia falsa la cual solo traerá complicaciones en la vida diaria.

Según Pillay (2017) una noticia falsa considera a “toda aquella información fabricada y publicada deliberadamente para engañar e inducir a terceros a creer falsedades o poner en duda hechos verificables”, donde para el Portal Montevideo (2018) el concepto de "Fake News" tiene una fórmula muy eficaz: mezclar información verdadera con mentiras y del que en los últimos años el término fue popularizado por el presidente Donald Trump y fue elegida palabra del año 2017 por los diccionarios Oxford y Collins así como por la Fundeu con sus adaptaciones en español noticias falsas o noticias falseadas. (Portal Montevideo, 2018)

Ahora bien, al definir al concepto de noticia falsa, varios de los autores parten del concepto de que una noticia falsa es una publicación que su propósito en general es el desviar la atención del usuario hacia los intereses que persiguen, lo que quiere decir que la mayoría de internautas no pueden diferenciar una noticia falsa a una verdadera. Esto se debe a que la gran parte de sitios en Facebook pueden llegar a camuflarse como sitios confiables y veraces.

Ahora bien, las noticias falsas, como forma de propaganda ideológica, no son nada nuevo, pero en la actualidad se han diseminado mucho más que en épocas anteriores. Gracias a internet y a los medios sociales, la información que en décadas pasadas habría sido escuchada o leída por relativamente pocas personas, ahora puede llegar en cuestión de minutos a millones de personas alrededor del mundo. Lamentablemente, así pasa también con la desinformación. Este es un problema creciente, con graves consecuencias. (Consumeraction, 2017)

La responsabilidad de manejar con prudencia los contenidos que se comparten en redes sociales no es únicamente de quien genera noticias falsas, sino también de quienes las utilizan con frecuencia, teniendo en cuenta que una noticia falsa puede perder poder con el simple hecho de dejar de compartirlas, por lo que se debe tener en cuenta siempre qué clase de contenido es el que se quiere compartir dentro de las redes sociales.

Consecuencias de las noticias falsas

Las falsas noticias hacen que una noticia se vuelva tendencia dentro de la sociedad, provocando que algunos de sus visualizadores logren tomarlas como reales, consiguiendo manipular a la sociedad con la creación de información falsa en diversas páginas webs y a través de esto convencer a los internautas de todo lo que publican. Así,

Las posibles repercusiones de las noticias falsas varían y dependen del relato, pero pueden ser graves. Por ejemplo, en años recientes, las noticias falsas llevaron a algunos a creer que el Presidente Obama nació en el exterior de los Estados Unidos; que el senador Ted Cruz fue sobornado para que aprobara legislación que pusiera tierras públicas de Estados Unidos en manos de los hermanos Koch para que las explotaran en minería y otros proyectos comerciales; que la ley de seguro médico Affordable Care Act estableció un “panel de muerte” que determinaría los beneficios de atención médica para enfermos y ancianos; y que millones de electores votaron ilegalmente en la elección presidencial del 2016. Una noticia falsa sobre Hillary Clinton como jefa

de una organización de trata de niños con sede en un restaurante de Washington, DC, impulsó a un hombre a abrir fuego con un rifle de asalto dentro de una pizzería. (Consumeraction, 2017)

Esto, en efecto, conlleva a provocar conductas diversas de parte de los cibernautas quienes al no remitirse a información verificada asumen una posición errónea llegando como en los casos expuestos a extremos muy negativos donde, en efecto, las redes sociales son una fuente detonante de dichas conductas.

Metodología

Para la realización del presente estudio se ha utilizado una metodología no experimental, la cual permite al investigador observar la realidad tal cual es, sin tener que imaginar un supuesto de las cosas. Además, se basa en las conductas, comunicaciones, sucesos, conceptos, entre otros que suceden de una manera espontánea la intervención de quien va a realizar la investigación.

Para Dzul (2006) el diseño no experimental “es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos”, cuya metodología ha sido de gran ayuda en la investigación, ya que ha permitido tomar en cuenta las variables que existen dentro de los procesos de recepción y circulación de noticias falsas en la red social Facebook, además que se ha observado la realidad tal cual se presente con los estudiantes secundarios.

ahora bien, el enfoque predominante en el estudio es el cuantitativo, en tanto ha permitido describir la situación tal cual cómo se manifiesta permitiendo recopilar información de estudiantes y, con ello, sacar porcentajes estadísticos sobre el tema expuesto.

Para Sampieri (2006) Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis.

Por lo que este enfoque ha permitido la recolección de datos reales sobre las personas involucradas en la investigación, que son los estudiantes secundarios, padres de familia y docentes de la institución.

Finalmente, esta investigación pertenece al nivel exploratorio, ya que se desea conocer datos que han sido muy poco investigados. Arias (2012), define a la investigación exploratoria como aquella que “se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (p. 23).

La temática de la utilización de redes sociales como una herramienta de comunicación es poca investigada, por lo que se ha utilizado este nivel para conocer datos certeros sobre el uso de la red social Facebook por parte de estudiantes secundarios, al momento de compartir y difundir noticias.

Población, muestra y muestreo

Población

Según (Tamayo, 2011, pág. 114) define: “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114) es decir, es la totalidad de partes de análisis que se desea investigar.

En este caso la población son los 800 estudiantes secundarios comprendidos entre las edades de 15 a 17 años, de la Unidad Educativa “Primero de Abril”.

Muestra

a investigación se aplicó en un universo que tiene las mismas características, como es el caso de los estudiantes secundarios de la Unidad Educativa “Primero de Abril”, de los cuales se tomó una muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(p)(q)(N)}{e^2(N - 1) + z^2(p)(q)}$$

n = el tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale a 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

p = proporción positiva que este caso utilizaríamos para la investigación una porción del 50%

q = proporción negativa, que para realizar la investigación se utilizará un 50%

De esta manera se tiene:

N = universo de estudiantes pertenecientes a la Unidad Educativa “Primero de Abril ($N=800$)

n = tamaño de muestra que se desea conocer z = nivel de confianza elegido, igual a 1.96

p = proporción positiva = 50% = 0.5

q = proporción negativa = 50% = 0.5

Así, el total de la muestra para aplicar la encuesta es de 260 estudiantes pertenecientes al bachillerato de la Unidad Educativa “Primero de Abril”.

Muestreo

Para Espinoza (2016) el muestreo se define como “el método de muestreo proporciona un punto de partida para una exposición de los métodos de muestreo probabilístico no porque sea uno de los métodos de muestreo más utilizados sino porque constituyen la base de métodos de muestreo más complejo” (p. 5).

De este modo, el muestreo que se ha utilizado para esta investigación ha sido el probabilístico aleatorio simple, el cual es un tipo de muestreo que se caracteriza por que cada uno de los integrantes de la población tiene la posibilidad de ser seleccionado para la investigación.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Para la realización de la investigación se ha usado la encuesta, la misma que García (2003) la define como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

A decir de Troya (2015) “son instrumentos de investigación, evaluación y recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas. Se usan para

registrar datos a fin de brindar recomendaciones para la mejora correspondiente”. (p. 34). Con la utilización de las encuestas se ha analizado los datos para conocer los procesos de recepción y circulación de noticias falsas entre los estudiantes secundarios.

Instrumentos

El instrumento a utilizarse ha sido el cuestionario, que abarque temas sobre cuanto conocen acerca de las noticias falsas y la utilidad que le dan a la red social Facebook; además de la importancia que ponen los estudiantes al momento de estar frente a una noticia falsa.

Resultados

El presente apartado realiza los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a adolescentes del bachillerato de la Unidad Educativa “Primero de Abril”

¿Normalmente que sueles hacer en Facebook?

Figura 1: Utilidad de la red

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunicarme con amigos y contactos	121	45%
Buscar personas que conozco y no conozco	2	1%
Visualizar memes de personas	20	48%
Revisar noticias e información	17	5%
Total	156	100%

Lo que realmente suelen hacer en el Facebook, según los resultados de la encuesta realizada a los 260 estudiantes, el 48% visualizan memes y el 46% para comunican con amigos y contactos, debido a que esta red social lo utilizan como un medio de entretenimiento e interacción entre amigos, el 5% revisan noticias e información por la ausencia de control de los padres y docentes, mientras que un mínimo porcentaje de 1% buscan personas que conozcan y no conozcan, de esta manera asegurar que respetan la privacidad de cada uno (Figura 1)



Figura 2: Utilidad de la red social

¿Conoces lo que es una noticia falsa en Facebook?

Figura 3: Conocimiento sobre noticias falsas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	215	83%
No	45	17%
Total	260	100%

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 83% conocen lo que es una Noticia Falsa, mientras que el 17% no, debido a que una Noticia Falsa no aparece dentro de una página oficial o de un medio de comunicación online, por lo tanto, saben cómo se presenta cuando son noticias verdícas (Figura 2).

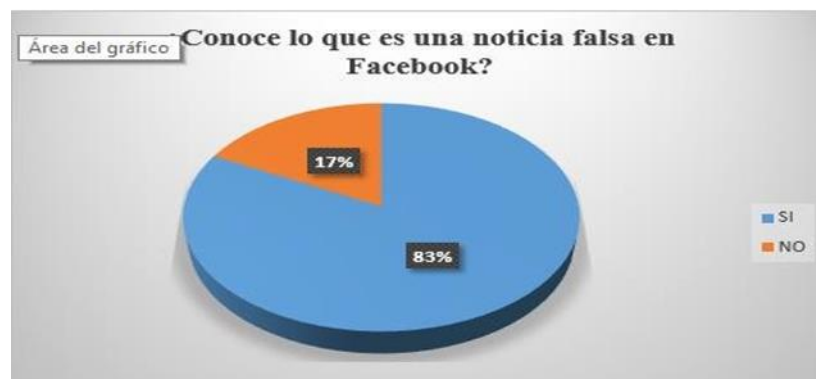


Figura 4: Conocimiento sobre noticias falsas

¿Sabes cómo reconocer una Noticia Falsa?

Figura 5: Reconocimiento de una noticia falsa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	124	48%
No	136	52%
Total	260	100%

Del total de los encuestados, el 48% saben cómo reconocer una noticia mientras que la mayoría (52%) no saben reconocer una Noticia Falsa, por lo que actualmente los estudiantes secundarios suelen utilizar el Facebook para chat y visualización de memes, dando menos interés por verificar una noticia es verídica o falsa (Figura 3).



Figura 6: Reconocimiento de una noticia falsa

¿Compartirías una Noticia Falsa en tu cuenta social?

Figura 7: Compartir información falsa en la red social

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	8%
No	239	92%
Total	260	100%

De acuerdo a los resultados de las encuestas, el 92% compartirían una Noticia Falsa en su cuenta social, por lo que mayoría saben reconocer una falsa información y sus consecuencias que arrastran, mientras que el 8% si realizarían ese acto por desconocimiento de fuentes de información (Figura 4).

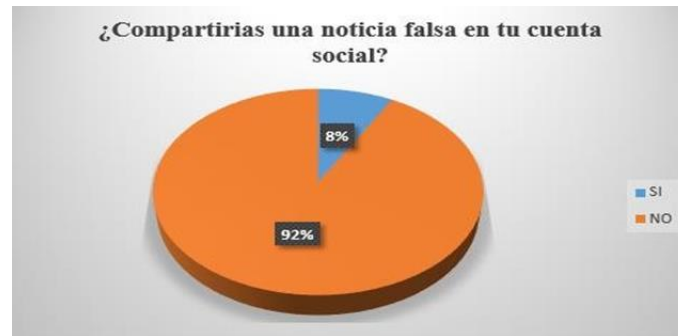


Figura 8: Compartir información falsa en la red social

¿Cuál crees que es la característica principal de una Noticia Falsa?

Figura 9: Característica de una noticia falsa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Logotipo adaptado de un medio de comunicación	60	30%
Escasas fuentes especializadas	49	25%
Información desactualizada	66	23%
Información no contrastada	85	22%
Total	260	100%

De acuerdo a los 260 encuestados de sexo masculino el 23% aseguran que la característica principal de una Noticia Falsa es el logotipo adaptado de un medio de comunicación, mientras que el 19% creen que son escasa fuentes especializadas y el 25% asegura que es la información desactualizada, así como el 33% dicen que una característica también sería la información no contrastada. Todas las alternativas poseen un porcentaje equitativo por lo que todas las opciones se podrían presentar en saco de que se tratar de una Noticia Falsa (Figura 5).



Figura 10: Característica de una noticia falsa

¿Considera usted que una Noticia Falsa puede ocasionar la creación de rumores y desinformación?

Figura 11: Consecuencias de las noticias falsas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	163	63%
Casi siempre	55	21%
A veces	35	13%
Nunca	7	3%
Total	260	100%

De acuerdo a los alumnos de bachillerato que fueron encuestados, el 63% consideran que toda Noticia Falsa siempre ocasionará rumores y desinformación ante la sociedad, así como un 21% creen que casi siempre mientras que el 13% a veces consideran dañinas este tipo de información y solo el 3% creen que no pueden ocasionar ninguna novedad al circular en la red social estas noticias falsas. Siendo mayor población masculina que considera que siempre ocasionarían que la Noticia Falsa sabe cómo distinguir una Noticia Falsa con una verifica y que no están absentes a caer en falsos rumores e informaciones (Figura 6).

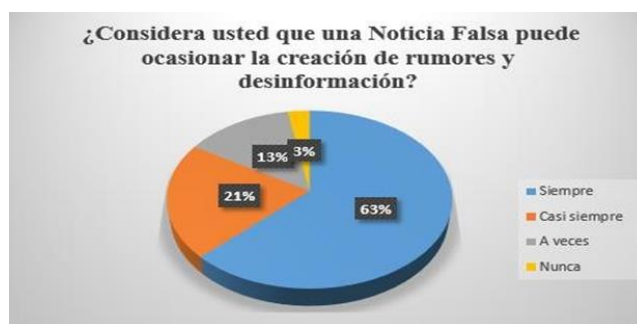


Figura 12: Consecuencias de las noticias falsas

¿Alguna vez, elaboraste una Noticia Falsa y la difundiste en Facebook?

Figura 13: Elaboración de noticias falsas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	7	3%
Casi siempre	13	5%

A veces	16	6%
Nunca	224	86%
Total	260	100%

Siendo 260 encuestados, lo que es el 100% de la población, el 86% aseguran que nunca elaboraron una Noticia Falsa, ni lo han difundido en Facebook, por lo que de igual forma aseguraron saber distinguir una Noticia Falsa y los efectos que ocasionan estas desinformaciones, y un mínimo (3%) porcentaje creen si han creado y difundido estas desinformaciones, por lo general por crear polémica entre amigos y la sociedad en común (Figura 7).

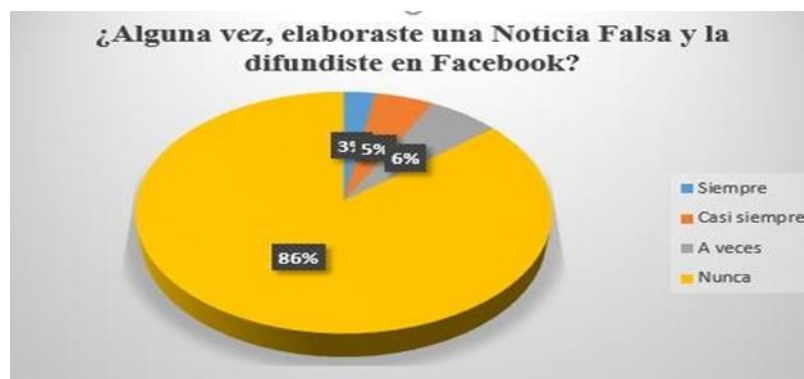


Figura 14: Elaboración de noticias falsas

¿Considera usted que una Noticia Falsa puede ocasionar problemas en los grupos interesados?

Figura 15: Problemas que ocasionaría una noticia falsa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	144	55%
No	15	6%
A veces	27	10%
Depende de la naturaleza de la noticia	74	29%
Total	260	100%

De acuerdo a la población encuestada, el 55% consideran que todas las Noticias Falsas ocasionan problemas en los grupos interesados, cierto modo el 6% consideran que no, lo cierto es que cada quien percibe de acuerdo a nociones propias, el 10% creen que a veces ocasionan problemas y el 29% de la población masculina dicen que depende de la naturaleza de la noticia (Figura 8).



Figura 16: Problemas que ocasionaría una noticia falsa

Discusión

Plasmando los resultados obtenidos en porcentajes de los 260 estudiantes encuestados en la Unidad Educativa “Primero de Abril”, donde 158 personas forman parte del sexo femenino, mientras que 102 estudiantes son de sexo masculino, se evidenció que utilizan Facebook preferentemente como una herramienta de interacción entre amigos y contactos más que un medio de información.

De igual forma, se apreció que gran parte de ellos entendieron el concepto de una noticia falsa, sin embargo, existió una opinión dividida de cómo identificar la misma en la información que circula, especialmente en la comunicación con otros y los memes de otras personas, punto último que se evidenció existe interés medio para explorar en Facebook.

Este punto se pudo comprobar, al momento de conocer qué característica principal considera posee una Noticia Falsa, dato que existió opiniones divididas resaltando que el logotipo adaptado de un medio de comunicación puede significar para menos de la mitad de los encuestados, una noticia falsa.

Ahora bien, y entendiendo que el grupo en estudio no tuvo preferencia por informarse a través de las noticias emitidas en la red social, la difusión de memes es un medio susceptible a claramente difundir información falsa pero que, sin embargo, es baja esta actividad entre los estudiantes puesto que los resultados indicaron que mayoritariamente no estarían dispuestos a compartir información falsa en redes sociales del que gran parte de ellos entienden que claramente una noticia falsa puede ocasionar la creación de rumores y desinformación.

Conclusiones

La llegada de las redes sociales facilitó la manera de comunicarse y el intercambio de información entre los medios de comunicación y los usuarios. Sin embargo, esto no garantiza que toda información que circula en internet sea real. Esto, en efecto, ha significado el interés de parte de los distintos investigadores por profundizar sobre la problemática alrededor de las llamadas fake news, donde para Blázquez (Blázquez, 2018) “en los últimos años, la frecuencia mediática de las noticias falsas ha aumentado notablemente, especialmente cuando se producen eventos de especial relevancia política” (p. 1).

Ahora bien, y entendiendo que los adolescentes prefieren la inmediatez que el internet ofrece, donde Facebook es un de las redes sociales que permiten que la información llegue de una manera rápida y eficaz, donde estas nuevas formas de comunicarse se pueden considerar extrañas para las generaciones adultas o mayores, pero son normales para las nuevas generaciones; dentro del presente estudio se concluyó que los estudiantes poseen una clara conceptualización del término noticia falsa. Esto a pesar de que usualmente el grupo investigado prefiere interactuar entre amigos y conocidos, así como explorar memes más que remitirse a noticias e información de interés general.

Sin embargo, hay una opinión dividida respecto a identificar una noticia falsa. Esta aseveración desprendida de la investigación concuerda con lo planteado por Majlín (2019) quien evidenció que de un estudio llevado a cabo por la Asociación Internacional para la Evaluación del Logro Educativo (IEA, en inglés) “sólo el 2% de los jóvenes entrevistados mostró habilidades necesarias para la selección o identificación de información online, pese a que el 89% dijo que se sentía hábil en la tarea”.

Esto, en efecto, conlleva a entender que en el grupo investigado, si bien es cierto tienen conciencia de los daños que pueden provocar las noticias falsas y que claramente no estarían dispuestos en su gran mayoría a difundir; inocentemente pudieran caer en socializar información falsa sobre todo en memes e interacción con amigos y conocidos, en tanto desconocen las características clave para identificar una noticia falsa y del que el estudio evidenció cierta tendencia por identificar por el logotipo adaptado de un medio de comunicación.

Lo expuesto conlleva a concluir finalmente que si bien es cierto los adolescentes son un grupo susceptible de ser foco difusor de noticias falsas en redes sociales como Facebook, no resulta ser el grupo más expuesto a cometer estos errores, en tanto de un estudio llevado a cabo por la

Universidad de Princeton y la Universidad de Nueva York (Estados Unidos) en el 2016 se determinó que “los usuarios de la red social Facebook de más de 65 años y los conservadores tienen más probabilidades de compartir noticias falsas en la plataforma que sus contrapartes más jóvenes o más liberales (Chacón, 2019); aunque es indudable que de la fuente que provenga, una noticia falsa difundida en la red social Facebook no solo afecta a la sociedad, sino directamente a la ética profesional de los periodistas, quienes son los encargados de la difusión de noticias.

Referencias

1. Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica.
2. Caracas: EPISTEME, C.A.
3. Blázquez, M. (2018). El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. Retrieved from <http://eprints.rclis.org/33171/1/fakeNews-2018-mblazquez-mexico-FINAL.pdf>
4. Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Madrid.
5. Candale, C.-V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram.
6. Chacón, M. (2019, enero 10). ¿Quiénes comparten más noticias falsas en redes sociales? Retrieved from <https://www.rcnradio.com/estilo-de-vida/quienes-comparten-mas-noticias-falsas-en-redes-sociales>
7. Consumeraction. (2017). Noticias falsas Cómo reconocer y detener la desinformación. consumeraction.
8. Dzul Escamilla, M. (2006). Sistema de Univerdiad Virtual. Retrieved from https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
9. El Comercio. (2017, Noviembre Domingo 26). El Comercio. El acceso a las ‘fake news’ o noticias falsas, en debate.
10. Espinoza Salvadó, I. (2016). Tipos de muestreo. Hondureña. Colombia.
11. Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J., & Rodríguez Vila, J. J. (2017). Las redes sociales.

12. Lima.
13. García, F. (2003). La encuesta. Esqueletra. España.
14. Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Reflexiones.
15. Loreto Crespo, E. R. (2009). Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: El caso de la Red UCSC Chile. Scielo, 17(31), 1-8.
16. Majlín, B. (2019, enero 10). Sólo el 2% de los jóvenes puede identificar las "fake news". Retrieved from <https://www.redaccion.com.ar/solo-el-2-de-los-jovenes-puede-identificar-las-fake-news/>
17. Pauner Chulvi, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. Castellon.
18. Pillay, V. (2017, septiembre). Retrieved from UNESCO: <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-opinion-periodistas>
19. Portal Montevideo. (2018, Noviembre 5). Analizamos el concepto de Fake News: ¿Qué son y cómo nos afectan? Montevideo Portal.
20. Sampieri, R. (2006). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
21. Sanhueza, P. M. (2017). Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
22. Tamayo, T. (2011). El Proceso de la Investigación científica. Tesis de Investigación, 114.
23. Troya, C. (2015). Técnicas e instrumentos de investigación Planeta. Lima.
24. Velásquez, A., Carrión, G. y Yaguache, J. (2015). Uso del internet y la plataforma Facebook en adolescentes ecuatorianos. Loja.