UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“ANÁLISIS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN NOTICIOSA EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Comunicación

Modalidad: En línea

Línea de investigación: Desarrollo Social y del Comportamiento Humano.

AUTOR:

Vanessa Patricia Arcos Gualoto

DIRECTOR:

MSc. Gabriela Augusta Garcés Delgado

Ibarra – Ecuador -2026

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Arcos Gualoto Vanessa Patricia

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis del uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa en los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte
AUTOR (ES):	Arcos Gualoto Vanessa Patricia
FECHA: DD/MM/AAAA	28/06/2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	■ **PREGRADO** ☐ **POSGRADO**
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Comunicación
DIRECTOR /ASESOR:	MSc. Garcés Delgado Gabriela Augusta

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de junio de 2026

EL AUTOR:



Nombre: Arcos Gualoto Vanessa Patricia

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 27 de junio de 2026

MSc. Gabriela Garcés Delgado
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
GABRIELA AUGUSTA GARCES DELGADO

……

MSc. Gabriela Garcés Delgado
C.C.: 1001573763

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado principalmente a Dios, quien ha sido mi guía a lo largo de estos años, por darme fuerzas para seguir cumpliendo mis metas y por ser mi refugio en los problemas que se presentaron.

A la Universidad Técnica del Norte por brindarme la oportunidad de crecer profesionalmente, a mis profesores y en especial a mi Tutora y Asesora quienes con sus guías y consejos me han ayudado a finalizar con mi trabajo de tesis.

A cada miembro de mi familia que de una u otra manera me han ayudado en todo lo que ha estado en sus manos, por el apoyo incondicional, y estar presentes con palabras de aliento a lo largo de mi carrera.

Ha sido un camino lleno de desafíos constantes y a pesar de las dificultades y problemas que se me han presentado, he logrado mantenerme firme para conseguir mis sueños, este trabajo me lo dedica a mí, por la constancia, el esfuerzo y la valentía de siempre continuar y perseguir mis metas.

Vanessa Arcos

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a la Universidad Técnica del Norte por permitirme crecer de manera personal y profesional, dándome la oportunidad de reforzar mis conocimientos y dándome las herramientas necesarias para lograr alcanzar mis objetivos planteados,

Quiero agradecer a mi Tutora y Asesora por impartir sus conocimientos, por guiarme y aconsejarme, esto ha sido esencial en todo este proceso.

Les agradezco a todas las personas que me han apoyado a lo largo de mi carrera, y sobre todo en este tiempo que he trabajado en mi tesis, gracias a su paciencia y apoyo incondicional, he logrado culminar con éxito esta investigación.

También agradezco a Dios por ser mi guía y fortaleza en los momentos más difícil he enfrentado durante estos años,

Vanessa Arcos

RESUMEN EJECUTIVO

El uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa ha cambiado la manera en que los estudiantes universitarios se informan, consumen y difunden contenidos informativos, creando nuevas oportunidades de aprendizaje, pero también retos vinculados con la verificación y credibilidad de la información. El objetivo de esta investigación fue analizar el uso de redes sociales como fuente principal de información noticiosa en estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte y su relación con los hábitos de consumo informativo. La investigación se desarrolló con un enfoque mixto y un alcance descriptivo, lo que permitió recopilar información tanto de estudiantes de la carrera de Comunicación de la UTN como de profesionales con experiencia en el campo de la comunicación. Los resultados mostraron que las redes sociales son las más utilizadas para acceder a noticias, siendo Instagram y TikTok, las plataformas que más utilizan para informarse. También se determinó que, a pesar de que los estudiantes saben lo fundamental que es comprobar la información antes de difundirla, no siempre utilizan métodos para poder contrastar las fuentes. Esto aumenta el peligro de estar expuestos a contenidos falsos o fuera de contexto. Además, se evidenció que el consumo continuo de la información digital ha tenido un gran impacto en la formación de los profesionales y también en las habilidades que van relacionadas con el pensamiento crítico. Se ha llegado a la conclusión de que las redes sociales son una buena herramienta para lograr acceder a la información, sin embargo, para poder utilizarlas de una manera responsable, se requiere verificar la información y poder así tener una comunicación más crítica, confiable y analítica.

Palabras clave: redes sociales, información noticiosa, consumo informativo, estudiantes universitarios, alfabetización mediática, comunicación digital.

ABSTRACT

The use of social media as a source of news has changed the way college students stay informed, consume, and share news content, creating new learning opportunities but also posing challenges related to the verification and credibility of information. The objective of this study was to analyze the use of social media as the primary source of news among students in the Online Communication program at the Universidad Técnica del Norte and its relationship to their news consumption habits. The research was conducted using a mixed-methods approach with a descriptive scope, which allowed for the collection of information from both students in the UTN Communication program and professionals with experience in the field of communication. The results showed that social media is the most commonly used platform for accessing news, with Instagram and TikTok being the platforms students use most frequently to stay informed. It was also determined that, although students understand how essential it is to verify information before sharing it, they do not always use methods to cross-check sources. This increases the risk of being exposed to false or out-of-context content. Furthermore, evidence showed that the continuous consumption of digital information has had a significant impact on the training of professionals as well as on critical thinking skills. The study concluded that social media is a useful tool for accessing information; however, to use it responsibly, it is necessary to verify information in order to achieve more critical, reliable, and analytical communication.

Keywords: social media, news, information consumption, college students, media literacy, digital communication.

Translated with DeepL.com (free version)

ÍNDICE

DEDICATORIA 1
AGRADECIMIENTO 2
RESUMEN EJECUTIVO 3
ABSTRACT 4
ÍNDICE DE FIGURAS 8
INTRODUCCIÓN 9
CAPÍTULO I 13
MARCO TEÓRICO 13
1.1 Redes sociales y transformación del ecosistema informativo digital 13
1.1.1 Evolución del periodismo y circulación de noticias en plataformas digitales 14
1.1.2 Redes sociales como fuente de información noticiosa 15
1.1.3 Uso informativo de las redes sociales en la era digital 15
1.1.4 Transformación de los hábitos de consumo informativo 16
1.2 Consumo informativo digital y dinámicas algorítmicas 17
1.2.1 Hábitos y motivaciones de consumo informativo digital 17
1.2.2 Tipos de contenidos noticiosos consumidos en redes sociales 18
1.2.3 Algoritmos y personalización de contenidos 19
1.2.4 Burbujas informativas y segmentación de la información 19
1.2.5 Percepción de credibilidad y confianza en la información digital 20
1.3 Desinformación, verificación y alfabetización mediática 20
1.3.1 Desinformación y posverdad en el entorno digital 21
1.3.2 Fake news y riesgos informativos en redes sociales 21
1.3.3 Verificación de la información fact-checking 22
1.3.4 Alfabetización mediática e informacional 23
1.3.5 Competencias digitales y criterios de verificación de la información 23
1.4 Uso de redes sociales y consumo informativo en estudiantes universitarios de comunicación 24
1.4.1 Consumo informativo de los jóvenes universitarios en redes sociales 24
1.4.2 Redes sociales, identidad y formación profesional en comunicación 26
1.4.3 Competencias informativas en estudiantes universitarios 26
CAPÍTULO II 28
MATERIALES Y MÉTODOS 28

2.1 Tipo de Investigación 28
2.2 Técnicas e instrumentos de investigación 29
2.3 Entrevista Semiestructurada 29
2.4 Encuesta 30
2.5 Preguntas de investigación 30
2.6 Matriz de variables 31
Tabla 1 Matriz de Variables 31
Matriz de Variables 31
2.7 Participantes 32
Información entrevistados 33
Tabla 2 Matriz de Variables 33
Población y muestra 33
2.8 Procedimiento y análisis de datos 34
CAPÍTULO III 36
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 36
3.1 Resultados 36
3.1.2 Resultados Entrevista Semiestructurada 36
Tabla 3 36
Entrevista a Andrea Guevara 36
Tabla 4 37
Entrevista a María Bracho 37
Tabla 5 38
Entrevista a Omar Maldonado 38
Análisis 39
Licenciada Andrea Guevara 39
Licenciada María Bracho 40
Ingeniero Omar Maldonado 41
Análisis comparativo de las entrevistas 42
3.1.3 Resultados Encuesta 43
3.2 Discusión 62
CAPITULO IV 66
PROPUESTA 66
4.1 Justificación 66
4.2 Nombre de la Propuesta 66
4.3 Objetivo general de la propuesta 66
4.4 Objetivos específicos de la propuesta 66
4.5 Beneficiarios 66

4.6 Descripción del producto 67
4.7 Estructura de la guía.....67
4.8 Uso de la inteligencia artificial en la verificación de información 68
4.9 Enlace y Código QR del producto 68
..... 68
CAPITULO V..... 69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 69
5.1 Conclusiones 70
5.2 Recomendaciones.....70
5.3 Referencias Bibliográficas 72
5.4 Apéndice 75
Referencias 96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Redes Sociales 43
Figura 2 Frecuencia 44
Figura 3 Principal Fuente de Información 45
Figura 4 Consumo de redes 45
Figura 5 Contraste de información mediante varias redes sociales 46
Figura 6 Compartición de Noticias 46
Figura 7 Medias de comunicación confiables 47
Figura 8 Noticias confiables 48
Figura 9 Noticias compartidas 48
Figura 10 Cuentas desconocidas 49
Figura 11 Diseño y Presentación 50
Figura 12 Medios reconocidos 51
Figura 13 Noticias verídicas en redes 51
Figura 14 Verificación de contenido 52
Figura 15 Verificación de imágenes 52
Figura 16 Manipulación Informativa 53
Figura 17 Formación Académica 53
Figura 18 Plataformas Iniciativas 54
Figura 19 Comparativa de información 55
Figura 20 Frecuencia de veracidad 56
Figura 21 Estado anímico 56
Figura 22 Sobreexposición a anoticias 57
Figura 23 Incertidumbre en tema académico 57
Figura 24 Fake-news 58
Figura 25 Nivel de preocupación de noticias falsas 59
Figura 26 Importancia de contenidos 59
Figura 27 Nivel de información 60
Figura 28 Democratización de redes 60
Figura 29 Talleres Prácticos 61
Figura 30 Vínculos con medios de comunicación 62

INTRODUCCIÓN

La revolución digital ha transformado profundamente los procesos de comunicación en la sociedad contemporánea. La evolución del internet, la expansión de los dispositivos móviles y la aparición de redes sociales han modificado las formas tradicionales de producción, distribución y consumo de información. Hoy en día, millones de personas ingresan a diario a contenidos informativos a través de plataformas digitales que ofrecen acceso inmediato a noticias, acontecimientos de interés público y temas de actualidad. El efecto que ha tenido es la reorganización del sistema del ecosistema mediático, donde los medios tradicionales comparten espacios con los digitales, que se caracterizan por la interacción constante y la participación de los usuarios.

Las redes sociales han pasado a ser un elemento clave en este nuevo contexto comunicacional. Plataformas tales como Facebook, Instagram, TikTok, X o YouTube. Se han vuelto medios de información empleados por los diferentes grupos sociales para estar informados de los sucesos locales, nacionales e internacionales. El acceso fácil, la rapidez en la difusión de contenidos y la posibilidad de interacción inmediata han ayudado a que estas herramientas digitales se conviertan en una de las principales fuentes de consulta informativa, sobre todo, entre las generaciones más jóvenes que se han criado en entornos tecnológicos muy conectados.

A diferencia de los medios tradicionales, donde la noticia o información que comunican surgen de procesos de verificación y revisión editorial antes de ser publicada, el ciudadano, sin problemas, puede producir, publicar y compartir “en un abrir y cerrar de ojos” en sus redes sociales y plataformas digitales, sin consecuencias posteriores. Este es un espacio en que el surgimiento de las redes sociales ha aportado y ha ido transformando de a poco el acceso y circulación de la información en la gente. Esta característica ofrece a los ciudadanos diferentes herramientas para tener participación en el proceso comunicativo. Sin embargo, también ha generado desafíos relacionados con la calidad, credibilidad y veracidad de los contenidos que circulan diariamente en los espacios digitales.

La excesiva información disponible en internet ha dado origen a fenómenos como la desinformación, difusión de noticias falsas y manipulación informativa. En el entorno digital actual, usuarios acceden constantemente a información que no siempre ha pasado por procesos de verificación. Esto puede influir sobre cómo viven la realidad y las decisiones que toman. El uso de las redes sociales viene facilitando la difusión de la información. El contenido falso o poco verdadero se comparte masivamente en un corto tiempo. Alcanzan a un gran número de usuarios antes de que se ponga en cuestión su veracidad o antes de que se desmientan. Frente a esta realidad, la alfabetización mediática y el fortalecimiento del pensamiento crítico se convierten en aspectos fundamentales para un consumo responsable de la información.

En un entorno en el que circulan grandes cantidades de contenidos digitales, los usuarios deben ser capaces de reconocer fuentes fiables, comparar distintas versiones de un mismo hecho y valorar la credibilidad de la información que reciben. Estas capacidades cobran especial relevancia por el efecto que ejercen los algoritmos de las plataformas digitales, que en gran medida determinan los contenidos que ve cada persona. Como resultado, los usuarios pueden

recibir información cada vez más personalizada, lo que disminuye la posibilidad de acceder a puntos de vista diferentes y limita la diversidad de perspectivas sobre los acontecimientos de interés público.

El impacto de las redes sociales en la manera que acceden a la información resulta especialmente claro en el ámbito universitario. En la actualidad, son muchas las personas que utilizan estas plataformas como una fuente habitual para conocer noticias de actualidad, estar al día de los temas de interés y complementar los conocimientos obtenidos durante su formación académica. La capacidad de acceder rápidamente a la información mediante los dispositivos móviles y la permanente disponibilidad de contenidos han facilitado que las redes sociales se conviertan en parte de las rutinas diarias de información y aprendizaje de los universitarios.

Este escenario resulta de mayor relevancia para los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte. Por su condición de formación, estos estudiantes están en permanente interacción con plataformas digitales, medios de comunicación y diversas fuentes de información. En su futuro desempeño profesional, tendrán la responsabilidad de buscar, analizar, interpretar y difundir contenidos informativos, por lo que resulta pertinente conocer cómo utilizan las redes sociales para informarse y qué criterios utilizan al momento de evaluar la confiabilidad y veracidad de la información que consumen.

La educación de los profesionales de la comunicación requiere el fortalecimiento de competencias en ética informativa, verificación de datos, análisis crítico de contenidos y dinámicas de ambientes digitales. Surge en una sociedad de la información donde cada vez se hace más necesario no solo disponer de información en todo momento, sino la capacidad de analizarla y verificarla. Por otro lado, las redes tienen un peso importante en la construcción de la opinión pública. Por ello, el ejercicio de la práctica profesional requiere de esta formación para actuar con responsabilidad y con la verdad.

Esta investigación surge, porque es de vital importancia saber cómo los estudiantes de la carrera de Comunicación en línea de la Universidad Técnica del Norte utilizan las redes sociales como medio de información. Es que estudiar este fenómeno resulta muy interesante ya que cada vez es más común que las personas recurran a las redes para obtener información. Por último, se trata de saber cómo estos usos informativos, pueden influir en el proceso de formación y en el desarrollo de cada uno de los que se prepara para una carrera de comunicación.

El problema de investigación se centra en determinar de qué manera los estudiantes utilizan las redes sociales para acceder a información noticiosa, cuáles son las plataformas más empleadas, qué hábitos de consumo informativo presentan y qué criterios utilizan para verificar la confiabilidad de las noticias que consultan. De igual forma, se pretende conocer la percepción que tienen acerca del impacto de dichas plataformas en el desarrollo de competencias relacionadas con su futura actividad como comunicadores.

Esta investigación posee un valor académico porque enriquece el conocimiento sobre las prácticas de consumo de información digital que desarrollan los estudiantes universitarios de comunicación. Se han realizado investigaciones que analizan los usos de las redes sociales como fuentes de información; sin embargo, se debe seguir creando investigación que analice

las realidades concretas y que permita comprender cómo se dan esas dinámicas en contextos específicos. De esta forma, el estudio brindará información relevante sobre la conducta de consumo de información de los estudiantes de la carrera Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte, generando así evidencia que complementará futuras investigaciones relacionadas y ayudará a entender este fenómeno a nivel universitario.

La investigación es relevante, ya que se le atribuye un importante papel social a los profesionales de la comunicación a la hora de producir, interpretar y difundir información Es importante saber cómo los futuros comunicadores se encuentren con los contenidos informativos y qué criterios utilizan para decidir su veracidad, ya que, a partir de allí, se pueden detectar aspectos poderosos y débiles que requieren un mayor foco en su formación académica. En esta línea, los resultados podrán contribuir con información útil para el diseño de estrategias educativas que potencien capacidades en torno a la alfabetización mediática, verificación de información y pensamiento crítico.

Por otro lado, el estudio es de relevancia para la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte, puesto que aporta información que permite fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje. Los resultados obtenidos permitirán conocer mejor las prácticas informativas de los estudiantes y servirán de apoyo para la formación de profesionales eficientes para responder a las exigencias del actual entorno digital. También los resultados pueden ser una referencia para futuros estudios relacionados con el uso de las tecnologías digitales, medios de comunicación y hábitos de consumo de información en el ámbito universitario.

Con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados, la investigación se desarrolló mediante un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas. Desde el punto de vista cuantitativo se recogió información sobre los hábitos de consumo de noticias, redes sociales más utilizadas y criterios utilizados por los estudiantes para evaluar la información consumida. Por su parte, el enfoque cualitativo permitió profundizar en las experiencias, opiniones y percepciones de los participantes en relación con el uso de las redes sociales como fuente de información, proporcionando una comprensión más amplia y detallada del fenómeno analizado.

Este estudio se encuentra motivado por la necesidad de entender como las redes sociales han cambiado la manera de acceder, consumir y difundir la información en los estudiantes universitario y de manera espacial en los que se forman dentro del ámbito de la comunicación. Se transformaron en espacios de búsqueda y distribución de información y noticias, que genera nuevas prácticas que deben ser analizadas de manera crítica y responsable, observando la importancia que se le da a las redes sociales como fuente de información y que contribuye al conocimiento académico.

En este sentido, la investigación permitió identificar la importancia de formar y fortalecer las competencias de análisis, verificación y selección de contenido digital. Las aportaciones de esta investigación van orientadas a promover mayor reflexión sobre el consumo de información noticia de manera responsable. Asimismo, contribuirá a la formación de futuros profesionales

de la comunicación y colabora con elementos que facilite el uso ético y consciente de las redes sociales como fuente información en el ámbito universitario.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Redes sociales y transformación del ecosistema informativo digital

Hoy en día las tecnologías digitales han generado cambios profundos en la manera en que la sociedad produce, comparte y consume información El crecimiento de la web, desarrollo de diferentes plataformas digitales y su combinación han modificado la manera en que los usuarios acceden a la información y participan en los procesos comunicativos, así como construcción de la propia realidad social. Las redes sociales se han convertido en espacios centrales para la difusión de noticias y el intercambio de información. Estos procesos han traído importantes modificaciones a la operación del sistema mediático tradicional.

De acuerdo con Castells (2009), la sociedad actual se caracteriza por el desarrollo de estructuras comunicativas basadas en redes digitales interconectadas que facilitan la transmisión instantánea de información a escala global. Desde esta perspectiva, las redes sociales no constituyen únicamente herramientas tecnológicas, sino también escenarios donde se configuran nuevas formas de interacción social, participación ciudadana y construcción de conocimiento. La comunicación deja de ser un proceso unidireccional controlado por medios tradicionales para convertirse en una dinámica multidireccional en la que los usuarios también producen y difunden contenidos. En este sentido, el aporte de Castells permite comprender que las redes sociales han generado una modificación en la lógica tradicional de comunicación, debido a que los usuarios actuales no solo reciben información, sino que también intervienen en su creación, difusión y valoración.

Por su parte, Jenkins (2008) sostiene que la convergencia digital ha favorecido el surgimiento de una cultura participativa en la que las audiencias asumen un papel activo dentro de los procesos comunicativos. Los usuarios ya no se limitan a consumir información, sino que intervienen en la creación, reinterpretación y circulación de contenidos a través de diversas plataformas digitales. Este fenómeno ha modificado las relaciones tradicionales entre emisores y receptores, generando nuevos desafíos para el periodismo y la comunicación profesional. Bajo esta perspectiva, la participación de los usuarios en redes sociales transforma el consumo informativo, ya que las audiencias tienen la capacidad de seleccionar, compartir y modificar los contenidos que circulan en los espacios digitales.

Por su parte Martín-Barbero (2003) plantea que los procesos de comunicación no se pueden entender sólo desde los medios, sino desde las mediaciones sociales y culturales que intervienen en la interpretación de los mensajes. El acceso permanente a la información digital ha modificado las prácticas comunicativas y los hábitos de consumo de información, especialmente en las generaciones más jóvenes, que encuentran en las redes sociales una fuente diaria de información y participación social. Desde este punto de vista, se puede analizar que el consumo informativo en redes sociales no está influenciado solamente por la disponibilidad tecnológica, sino también por los contextos sociales, culturales y educativos de los usuarios.

Estos cambios han transformado el ecosistema informativo digital, alterando la forma en que se generan y difunden las noticias, así como la relación entre los medios de comunicación y sus audiencias. Hoy las redes sociales son espacios de encuentro, de intercambio de información, de participación y de construcción colectiva de sentidos. No obstante, al mismo tiempo que estas oportunidades, también aparecen desafíos importantes, sobre todo en relación con la credibilidad de los contenidos, la verificación de la información y la necesidad de reforzar las competencias digitales de los usuarios. Por ello, resulta necesario analizar cómo los usuarios, especialmente estudiantes universitarios de comunicación, enfrentan estos nuevos escenarios informativos y qué criterios utilizan para interpretar y validar la información que consumen.

1.1.1 Evolución del periodismo y circulación de noticias en plataformas digitales

El desarrollo de las tecnologías digitales ha provocado una profunda transformación en el ejercicio periodístico y en los mecanismos de circulación de noticias. En parte del siglo XX la difusión de la información estuvo controlada por los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), instituciones que hacían de principales intermediarias entre los hechos y la ciudadanía. No obstante, la expansión de la red y de las plataformas digitales modificó mucho este modelo de comunicación.

El autor Salaverría (2019) indica que el periodismo digital trajo nuevas formas de producir y distribuir contenidos, que se distinguen por la inmediatez, la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad. Estas características permitieron que la información se pudiera difundir en tiempo real y alcanzar audiencias globales prácticamente de forma instantánea. Como resultado, los medios de comunicación tuvieron que adaptar sus rutinas productivas a un entorno donde la actualización constante se convirtió en una exigencia permanente.

El autor Ramonet (2011) menciona que la revolución digital ha cambiado el monopolio informativo de los grandes grupos mediáticos durante décadas. La posibilidad de publicar contenidos a través de plataformas digitales permitió que nuevos actores participaran en la construcción de una agenda pública. Esta democratización de la comunicación amplió la posibilidad de acceder a la información, pero, al mismo tiempo, generó problemas respecto a la verificación de contenidos y a la difusión de noticias falsas.

En este ámbito, las redes sociales adquieren un papel importante en la circulación de noticias. Según Jenkins (2008), Las diferentes plataformas digitales han facilitado los procesos de convergencia mediática, en la cual el contenido circula, de manera simultánea y en el mismo instante, por diferentes medios. En otras palabras, los usuarios pueden interactuar, comentar y compartir esta información al instante. Hacen circular más rápido los hechos y cambian las costumbres del periodismo. La evolución del periodismo en los entornos digitales consiste primeramente en el cambio de los modelos de comunicación más centralizados por los más abiertos y participativos.

No obstante, esta transformación también plantea desafíos relacionados con la calidad de la información, la responsabilidad profesional y la necesidad de fortalecer procesos de verificación que garanticen la credibilidad de los contenidos difundidos.

1.1.2 Redes sociales como fuente de información noticiosa

Las redes sociales se han convertido en una de las principales fuentes de acceso a la información noticiosa en la sociedad digital contemporánea. Las Plataformas como Facebook, Instagram, X, TikTok y YouTube permiten a sus usuarios acceder inmediatamente a contenidos informativos que provienen de medios de comunicación, instituciones, organizaciones y usuarios particulares. Este cambio ha modificado las formas tradicionales de consumo de noticias, provocando un paulatino descenso del protagonismo de medios convencionales como principales fuentes de información.

El autor Castells (2009) afirma que la comunicación en red es una nueva forma de interacción social en la que la información circula a través de plataformas digitales capaces de conectar a millones de usuarios al mismo tiempo. Dentro de este contexto las redes sociales facilitan un acceso permanente a acontecimientos de interés público, permitiendo que las noticias se difundan en tiempo real y alcancen audiencias globales en cuestión de segundos.

Por otro lado, Scolari (2018) indica que las plataformas digitales han conformado un ecosistema comunicativo de convergencia de múltiples formatos narrativos. Los contenidos informativos ya no se presentan únicamente en forma de textos escritos, sino también mediante imágenes, videos, transmisiones en directo, infografías y contenidos interactivos.

La variedad de formatos hace que las noticias sean más interesantes para los usuarios digitales, pero sobre todo para los más jóvenes, que están más acostumbrados a ellos. El uso cada vez mayor de las redes sociales como fuente de información plantea importantes retos en materia de calidad y fiabilidad de los contenidos. No se pueden aplicar estándares de veracidad a la información en internet, porque, a diferencia de los medios de comunicación, donde hay un filtro y una comprobación de la información por parte de editores, en internet es cualquiera quien puede publicar lo que se le antoje.

Esto significa que puede circular un contenido desinformativo, que se pueda sacar de contexto o sencillamente que pueda ser falso. Como consecuencia, las redes sociales como fuentes informativas periodísticas permiten grandes ámbitos para democratizar el conocimiento y ciudadanía. Pero, a misma, demandan el desarrollo de competencias críticas que permitan identificar fuentes confiables y confrontar información, así como la evaluación de la credibilidad de lo que se consume en los formatos digitales.

1.1.3 Uso informativo de las redes sociales en la era digital

El uso informativo de las redes sociales constituye uno de los fenómenos más representativos de la transformación digital de la comunicación. Actualmente, millones de personas recurren diariamente a estas plataformas para mantenerse informadas sobre acontecimientos políticos, económicos, sociales, culturales y deportivos. La facilidad de acceso, la actualización permanente y la posibilidad de interacción inmediata han favorecido la consolidación de las redes sociales como espacios centrales para el consumo informativo.

El autor Martín-Barbero (2003) sostiene que, debido a la tecnología, los individuos se relacionan con la información y construyen significados sobre la realidad social. Bajo esta perspectiva, la recepción cotidiana de información no puede ser pensada como un acto de

recibir, sino como una práctica particular para dominar el sentido de los mensajes que transmiten, seleccionan, rellenan los vacíos y construyen su sentido a partir de su realidad. Por lo tanto, los usuarios pueden llevar a cabo la reconstrucción del mensaje del comunicador según cada tipo concreto de experiencia que va a cambiar según la perspectiva de cada persona.

Los medios digitales son más participativos, lo que le otorga al usuario una función activa en los procesos comunicativo, tal y como indica Jenkins (2008) en su estudio. “La gente ya no sólo consume y busca información” más bien discuten y difunden la información, la alteran a partir de reinterpretaciones.” La participación da lugar a la circulación de información que permite que se produzcan relaciones dinámicas de mayor participación entre ciudadanos, medios y organizaciones.

Ferrés y Piscitelli (2012) mencionan que es innegable que la única constante que existe hoy en día es el cambio. Por tal motivo es necesario obtener habilidades analíticas que permitan distinguir entre información seria de un mensaje vacío sin contenido. Las redes sociales tienen importantes ventajas a la hora de informarse. Por ejemplo, la rapidez con la cual uno puede acceder a los acontecimientos. No obstante, también conlleva ciertos riesgos, entre ellos la sobrecarga de información, desinformación y circulación de contenidos que no siempre han sido verificados. Por esta razón, el aprovechamiento adecuado de estas plataformas requiere una participación crítica y responsable por parte de los usuarios.

1.1.4 Transformación de los hábitos de consumo informativo

La digitalización de la comunicación ha provocado cambios significativos en los hábitos de consumo informativo de la población. El avance de la telefonía móvil, las aplicaciones digitales y las redes sociales ha hecho posible que el acceso a la información se produzca de forma permanente, rompiendo las limitaciones temporales y espaciales propias de los medios tradicionales.

De acuerdo con Scolari (2018), Las nuevas generaciones desarrollan sus prácticas de consumo mediático bajo el signo de la convergencia tecnológica y la interacción constante con múltiples plataformas digitales. Este fenómeno facilita el desarrollo de formas de consumo de contenido caracterizado por la rapidez, personalización de contenido y la preferencia por los formatos audiovisuales breves.

Desde la perspectiva de Martín-Barbero (2003), la transformación tecnológica no solamente se accede a la información de diversas formas, sino que también se interpreta y se construye de otra manera. Los usuarios participan en la selección de contenidos y en la confección de una rutina informativa propia, combinada con diversas fuentes digitales.

El autor Ferrés (2014) indica que el consumo mediático actual está sujeto a la influencia de factores emocionales, culturales y tecnológicos que condicionan la atención e interpretación de los mensajes. La gran cantidad de información disponible da lugar a situaciones complejas en las que las personas deben estar eligiendo continuamente los contenidos que les parezcan más relevantes, lo que hace más necesario desarrollar capacidades para el análisis crítico.

En los últimos años, hemos visto el cambio en la manera de consumir contenido de medios distintos de manera global. Estos cambios drásticos no sólo afectan al público general, sino que

han reconfigurado las formas de consumo de noticias masivamente entre los jóvenes usuarios de los medios.

El consumo de contenido en los medios tradicionales ha disminuido y por el contrario, los usuarios han optado por otros canales para acceder a la información. Esta transformación en la dinámica mediática no sólo es público, sino que también tiene una relevancia académica clave. Una comprensión de esos cambios ayuda a entender las distintas partes de los ecosistemas de nuevos medios y empuja a los jóvenes a realizar investigación noticiosa desde el "pueblo". Por lo tanto, gestionan cadenas complejas de noticias populares que contribuyen a la formación de una cultura alternativa de medios.

1.2 Consumo informativo digital y dinámicas algorítmicas

El consumo de información digital es una de las principales características de la sociedad actual. La llegada de Internet y la aparición de las plataformas digitales han cambiado mucho cómo las personas obtienen, eligen y difunden información. Dentro de este contexto, las redes sociales adquieren un papel esencial, ya que se convierten en un nexo entre los usuarios y las fuentes de información que consumen a diario.

Los sistemas automatizados de recomendación determinan buena parte de la información recibida por los usuarios en los entornos digitales, a diferencia de los medios tradicionales, donde la selección de contenidos dependía de criterios editoriales establecidos por periodistas y empresas mediáticas. Estos sistemas, que reciben los algoritmos, examinan el comportamiento de los usuarios a fin de facilitarles el acceso a contenidos en línea que sean afines con sus preferencias, gustos e interacciones anteriores.

El desarrollo del algoritmo cuya característica es la creciente importancia aprender del usuario, permite ajustar al uso individual y por ende la aparición de nuevas configuraciones de consumo de información, las cuales se entienden como inmediatas, individualizadas y con interacción permanente. De ahí la necesidad de entender cómo se desarrollan estos procesos y cómo impactan en los hábitos informativos de los estudiantes universitarios.

1.2.1 Hábitos y motivaciones de consumo informativo digital

Los hábitos de consumo informativo digital hacen referencia a las prácticas recurrentes mediante las cuales las personas acceden, consultan y utilizan información a través de plataformas tecnológicas. Estas prácticas se encuentran influenciadas por factores sociales, culturales, académicos y tecnológicos que determinan la frecuencia, duración y finalidad del consumo de contenidos digitales.

El autor Scolari (2018), indica que los procedimientos a través de los cuales los usuarios actualmente llevan a cabo la consulta de información, están marcados por el hecho de llevar a cabo múltiples tareas y al mismo tiempo al llevar a cabo la consulta de otros medios de comunicación. Gracias al acceso ininterrumpido a internet uno puede consultar información en cualquier lugar y en cualquier momento, con lo que la relación con los contenidos digitales se lleva a cabo de forma constante. Esta dinámica todavía se pone más de manifiesto cuando se analizan las prácticas de la juventud con respecto a las redes, que son asumidas como algo habitual y forman parte de su vida cotidiana al igual que su propia actividad académica.

Los autores Ferrés y Piscitelli (2012) argumentan que las razones para buscar información en medios digitales no se explican únicamente a partir de necesidades cognitivas, sino que también intervienen factores emocionales y sociales. Los usuarios desean estar al tanto de los acontecimientos más relevantes, participar en debates públicos, afianzar sus relaciones sociales y construir una identidad digital que refleje sus intereses y valores.

De igual forma, el acceso inmediato a contenidos personalizados ha contribuido a que las redes sociales se afirmen como una de las principales fuentes de consulta informativa. La velocidad con la que se propagan las noticias y la facilidad para compartirlas generan experiencias de consumo dinámicas, que se corresponden con las expectativas de inmediatez propias de la cultura digital contemporánea.

Los hábitos y motivaciones de consumo de información digital constituyen elementos fundamentales para comprender cómo los estudiantes universitarios utilizan las redes sociales como fuente de información noticiosa y qué factores influyen en la selección de contenidos que consumen a diario.

1.2.2 Tipos de contenidos noticiosos consumidos en redes sociales

La diversidad de contenidos disponibles en las redes sociales ha ampliado significativamente las posibilidades de acceso a información noticiosa. Actualmente, los usuarios pueden consultar noticias relacionadas con política, economía, educación, salud, tecnología, cultura, deportes y entretenimiento a través de múltiples formatos digitales diseñados para facilitar la comprensión y difusión de los acontecimientos.

De acuerdo con el Reuters Institute, for the Study of Journalism (2024), Los contenidos audiovisuales son uno de los formatos informativos de mayor consumo entre los jóvenes. Se observa un alto nivel de aceptación por los videos cortos, transmisiones en directo, infografías y publicaciones interactivas, gracias a su capacidad para sintetizar la información de manera rápida y atractiva.

El autor Salaverría (2019) indica que el periodismo digital ha asimilado nuevas narrativas multimedia que conjugan texto, imagen, audio y vídeo en un mismo producto informativo. Esta convergencia de formatos permite adaptar las noticias a las características de consumo propias de las plataformas digitales, favoreciendo una mayor participación de los usuarios.

Entre los contenidos más consultados por los jóvenes universitarios destacan las noticias de actualidad nacional e internacional, información relacionada con educación, temas sociales, acontecimientos políticos y contenidos vinculados con tendencias digitales. Existe un gran consumo de información relacionada con el entretenimiento y con los fenómenos virales que circulan constantemente por las redes sociales. La diversidad de contenidos disponibles demuestra que las plataformas digitales son capaces de atender a los más variados intereses informativos. Sin embargo, esta diversidad obliga también a los usuarios a construir unos criterios de selección que les ayuden a reconocer la información relevante y fiable en un entorno donde los contenidos abundan.

1.2.3 Algoritmos y personalización de contenidos

Los algoritmos constituyen sistemas automatizados diseñados para organizar, clasificar y recomendar contenidos a los usuarios de plataformas digitales. Su funcionamiento se basa en el análisis de datos relacionados con las búsquedas realizadas, los contenidos visualizados, las interacciones efectuadas y las preferencias manifestadas por cada persona durante su navegación en internet.

Pariser (2017) sostiene que los algoritmos influyen de manera significativa en la construcción de la experiencia informativa digital, debido a que determinan gran parte de los contenidos que aparecen en las redes sociales. Se busca, con esta personalización, que los usuarios permanezcan más tiempo en las plataformas ofreciéndoles información que se corresponda con sus intereses particulares.

El autor Zuboff (2019) señala que la recopilación masiva de datos personales permite a las empresas tecnológicas desarrollar modelos predictivos orientados a anticipar conductas y preferencias de consumo. Como consecuencia, los usuarios obtienen contenidos cada vez más adaptados a sus perfiles digitales, lo que da lugar a experiencias altamente personalizadas.

Si bien la personalización puede facilitar el acceso a información que resulta relevante para cada usuario, también conlleva ciertas limitaciones en términos de diversidad informativa. Los algoritmos, al priorizar contenidos similares a los ya consumidos, limitan la exposición a perspectivas diferentes y, por tanto, reducen las posibilidades de acceder a una información más plural.

En este sentido, resulta fundamental comprender el funcionamiento de los algoritmos para analizar las dinámicas actuales del consumo informativo digital y la forma en que las redes sociales inciden en la construcción de conocimientos, opiniones y percepciones sobre la realidad social.

1.2.4 Burbujas informativas y segmentación de la información

La personalización algorítmica ha favorecido el surgimiento de fenómenos conocidos como burbujas informativas o cámaras de eco, espacios digitales donde los usuarios reciben predominantemente información alineada con sus intereses, creencias y preferencias previas. Esta situación puede limitar la exposición a opiniones divergentes y reducir la diversidad de perspectivas disponibles en el entorno digital.

El autor Pariser (2017) menciona que las burbujas informativas son entornos personalizados donde los algoritmos filtran contenidos con el fin de mostrar sólo lo que consideran relevante para cada usuario. Como consecuencia de ello, las personas pueden desarrollar una visión parcial de la realidad, basada en la información que las plataformas digitales seleccionan automáticamente.

El autor, Sunstein (2018) complementa que la segmentación de la información puede reforzar procesos de polarización social al facilitar la interacción entre individuos que comparten opiniones similares. Cuando los usuarios se limitan a contenidos acordes con sus propias posiciones ideológicas, se les escapan las oportunidades para discutir y enfrentarse a las otras. Este fenómeno es especialmente importante en el ámbito universitario, pues en la

educación está entendido el acceso a distintas fuentes de información y la capacidad para analizar críticamente diferentes posturas. Cuando hay escasa exposición a contenidos o poco variados, tanto la capacidad de pensar críticamente las distintas posturas por las que ellas discurren como la capacidad de liderar criterios para interpretar los hechos sociales.

Por esta razón, es indispensable promover prácticas de consumo informativo que animen a consultar fuentes diversas y a contrastar permanentemente la información, sobre todo entre los estudiantes que se preparan para trabajar profesionalmente en el campo de la comunicación.

1.2.5 Percepción de credibilidad y confianza en la información digital

La credibilidad constituye uno de los factores más importantes en la evaluación de contenidos informativos dentro de los entornos digitales. La abundante información disponible en redes sociales obliga a los usuarios a desarrollar mecanismos para determinar la confiabilidad de las noticias que consumen y comparten.

Los autores Flanagin y Metzger (2020) indican que la percepción de credibilidad depende de múltiples factores, entre los que se incluyen la reputación de la fuente, la calidad de la información presentada, la coherencia del contenido y la evidencia que respalda las afirmaciones realizadas. En el contexto de las plataformas digitales, estos elementos cobran especial relevancia debido a la ausencia de filtros editoriales que sí existen en muchos medios tradicionales.

Por otra parte, Tandoc (2019) dice que la confianza que se pone en una noticia puede estar condicionada por factores emocionales, ideológicos y sociales. Los usuarios suelen otorgar más crédito a contenidos que se alinean con sus creencias previas o que han sido compartidos por personas pertenecientes a sus círculos de confianza.

La credibilidad se encuentra también ligada a las competencias digitales de las personas, ya que aquellos usuarios que cuentan con habilidades para verificar información, saber distinguir aquellas fuentes que son fiables y contrastar los contenidos, pueden establecer criterios más sólidos para evaluar la calidad de las noticias que se difunden en la red social.

Por lo que respecta la credibilidad y la confianza son factores determinantes para comprender el uso de la red social como fuente de información noticiosa y estudiar dichas dimensiones refleja la forma en que los estudiantes universitarios valoran la información que consumen, así como las estrategias que ponen en marcha para determinar la veracidad de la información que consumen en la red.

1.3 Desinformación, verificación y alfabetización mediática

La expansión de las redes sociales y el acceso masivo las plataformas digitales ha permitido que la información puede circular a una velocidad sin límites. No obstante, esta misma circunstancia ha hecho posible que la materialización de la información falsa, el contenido engañoso o alterado, tome una vía en la que es difícil hallar datos verídicos. La desinformación es hoy en día uno de los grandes retos de la comunicación actual, lo que demanda reforzar los procesos de verificación y educación mediática que permitan a los usuarios ir de forma crítica entre la información que circula por el ecosistema digital.

La posibilidad de producir y compartir contenido en internet ha hecho desaparecer las barreras tradicionales de publicación, lo que permite que cualquier usuario participe activamente en la circulación de información. Aunque esta democratización amplía las posibilidades de acceso al conocimiento, también incrementa los riesgos asociados a la difusión de noticias falsas, rumores y contenidos carentes de sustento verificable. En este contexto, las competencias relacionadas con la evaluación crítica de la información adquieren una relevancia fundamental para garantizar una participación responsable en los entornos digitales.

1.3.1 Desinformación y posverdad en el entorno digital

La desinformación constituye un fenómeno caracterizado por la difusión de información falsa, inexacta o engañosa que puede afectar la comprensión de los acontecimientos sociales y la toma de decisiones de los ciudadanos. En los entornos digitales, este problema ha adquirido una dimensión global debido a la rapidez con la que los contenidos pueden ser compartidos y replicados por millones de usuarios.

McIntyre (2018) define la posverdad como una situación en la que las emociones y las creencias personales ejercen una influencia mayor que los hechos verificables en la formación de la opinión pública. Desde esta perspectiva, la aceptación de determinada información no depende necesariamente de su veracidad, sino de su capacidad para reforzar percepciones, valores o posiciones ideológicas previamente establecidas.

Por otra parte, Ramonet (2011) indica que la sobredimensión de la información que caracteriza la época digital ha dificultado la distinción entre contenidos rigurosos y mensajes engañosos. La velocidad de circulación de las noticias favorece la inmediatez de la actualidad en lugar de la verificación, permitiendo situaciones donde la información errónea logra amplia difusión antes de ser corregida.

La desinformación constituye un gran reto para los estudiantes universitario, dado que hacen un uso elevado de las redes sociales como fuente de consulta informativa. La exposición constante a contenidos de diversa procedencia exige desarrollar capacidades que permitan analizar críticamente la información y reconocer posibles intentos de manipulación.

En consecuencia, comprender las dinámicas de la desinformación y la posverdad resulta indispensable para fortalecer una cultura informativa basada en la evidencia, el pensamiento crítico y la responsabilidad comunicativa.

1.3.2 Fake news y riesgos informativos en redes sociales

Las fake news o noticias falsas constituyen uno de los fenómenos más estudiados dentro del campo de la comunicación digital debido a su impacto en la opinión pública y en los procesos de construcción de conocimiento. Este tipo de artículo tiene un estilo periodístico que pretende darle credibilidad, aunque en la realidad sus datos están inventados, alterados o son engañosos deliberadamente.

Tomando en cuenta el parecer de Wardle y Derakhshan (2017) puede adoptar diferentes formas, de modo que se presenten contenidos manipulados, información en contextos erróneos, encabezados sensacionalistas o noticias totalmente falsas. Producidos por grupos organizados

o personas particulares, muchos contenidos virales se presentan como provocativos, falsos o manipulados.

De manera complementaria, Tandoc, Lim y Ling, (2018) señalan que las noticias falsas encuentran condiciones favorables para su propagación en las redes sociales debido a la facilidad con que pueden ser compartidas, comentadas y viralizadas. Los algoritmos de recomendación suelen amplificar aquellos contenidos que generan altos niveles de interacción, independientemente de su calidad informativa.

Entre los principales riesgos asociados a las fake news se encuentran la desinformación ciudadana, la manipulación de la opinión pública, la polarización social y la pérdida de confianza en las instituciones informativas. Estos efectos cobran una relevancia particular en el ámbito académico, ya que la calidad de la información tiene una influencia directa en los procesos de aprendizaje y en la formación profesional.

Por ello, es fundamental que los estudiantes universitarios desarrollen habilidades para reconocer posibles señales de alerta sobre la veracidad de los contenidos digitales y adopten hábitos de verificación antes de aceptar o compartir información.

1.3.3 Verificación de la información fact-checking

La verificación de la información es un proceso fundamental para asegurar la calidad y confiabilidad de contenidos que se difunden en los medios digitales. Frente al aumento de la desinformación, distintas organizaciones periodísticas han implementado metodologías destinadas a comprobar la precisión de los datos y a identificar afirmaciones falsas o engañosas.

Kovach y Rosenstiel (2021) sostienen que la búsqueda de la verdad representa uno de los principios fundamentales del periodismo. En este sentido, la verificación es analizar la información, que provenga de fuentes confiables, documentos oficiales, pruebas verificables, testimonios debidamente identificados. Esto contribuye a la reducción de errores, aumentan la credibilidad de los contenidos informativos.

Por estas razones, la Red Internacional de Verificación de la Información (2023) propone esta participación de estos periodistas en la elaboración de unas normas internacionales para promover la transparencia, la imparcialidad y el rigor, en la verificación de la información. Las iniciativas de chequeo de datos han cobrado gran relevancia para poder responder, rápidamente y de forma acertada, a la diseminación de noticias falsas en entornos digitales

La veracidad no es una responsabilidad sólo de periodistas y medios de comunicación. En la actualidad, podemos decir que los usuarios juegan un importante papel a la hora de evaluar la información que consumen y comparten. Revisar a diario varias fuentes, comprobar las autorías y verificar la evidencia ayuda a no dejarse engañar.

Por lo tanto, el fortalecimiento de rutinas de verificación constituye una estrategia indispensable para promover una cultura informativa desde esquemas de responsabilidad, trasparencia y uso crítico de las redes sociales.

1.3.4 Alfabetización mediática e informacional

La alfabetización mediática e informacional hace referencia al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten acceder, analizar, evaluar y utilizar información de manera crítica y responsable. Esta competencia es especialmente importante en sociedades donde existe una gran cantidad de contenidos digitales y donde los medios de comunicación tienen una influencia cada vez mayor en la vida cotidiana.

La UNESCO (2023) destaca que la alfabetización mediática ayuda a fortalecerse como ciudadanos democráticos ya que se producen herramientas que permiten comprender los mensajes que circulan por diversos medios y que permiten participar activamente de los procesos de comunicación. En este sentido, se puede considerar que no es suficiente contar con acceso a la información, sino que se hace necesario el desarrollo de capacidades que permitan la comprensión y la valoración crítica de la información.

El planteo de Ferrés y Piscitelli (2012) sostiene que la competencia mediática incorpora las dimensiones relativas al lenguaje, la tecnología, los procesos de interacción, la producción y la ideología. Estas dimensiones ayudan a construir experiencias y resultados relacionados con la cultura, la sociedad y la historia. En este sentido, cada información tiene sus propios intereses, tiene un contexto social y se presenta como la realidad.

Debido a los usos que se hacen de las tecnologías, los jóvenes con frecuencia se convierten en víctimas o en victimizadores, por lo que es fundamental proponer desde el entorno escolar acciones preventivas y reparativas que ayuden a los jóvenes a solucionar sus conflictos y problemáticas. También ayuda a que los futuros comunicadores identifiquen información confiable y detecten mecanismos de manipulación.

También, la alfabetización en medios e información es visualizada como una herramienta para enfrentar procesos de desinformación y para un uso más consciente de las redes sociales como fuentes de información noticiosa.

1.3.5 Competencias digitales y criterios de verificación de la información

Las competencias digitales comprenden el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para utilizar tecnologías de la información de manera eficaz, crítica y segura. Dentro del ámbito comunicacional, estas competencias incluyen la capacidad para buscar información, evaluar fuentes, verificar contenidos y participar responsablemente en entornos digitales.

El Marco Europeo de Competencia Digital para la Ciudadanía (2022) se presenta como uno de los ámbitos que deben manejar los ciudadanos para el adecuado desenvolvimiento en la sociedad digital. Representa la capacidad para ubicar información relevante, evaluar su calidad y contrastar la misma, para utilizarlo de forma ética. Según Ferrés (2014), la evaluación crítica de la información implica poner en marcha distintas capacidades vinculadas a la interpretación de los mensajes, al reconocimiento de prejuicios y estereotipos, al descubrimiento de intereses comunicativos y a la valoración de evidencias contrastables. Dichas capacidades permitirán a

los ciudadanos ser menos vulnerables ante la desinformación, engaños, prejuicios y contenidos manipulados.

Los criterios más importantes para verificar la información son los siguientes: averiguar cuál es la fuente original, comprobar la fecha de publicación, averiguar quién es el autor, confrontar con el resto de medios fiables y buscar pruebas que demuestren lo que se dice. De este modo, aplicando estos criterios de forma continua se iría reforzando la credibilidad en los procesos informativos. Los estudiantes universitarios de Comunicación deben desarrollar, en especial, una competencia digital por la razón de que su futuro ejercicio profesional va a estar referido, de manera directa, a la producción, análisis y difusión de contenidos informativos.

Por lo tanto, la presentación académica debe facilitar el desarrollo de habilidades que permitan comprobar la veracidad de la información. La formación debe llevar a un ejercicio responsable y profesional de la comunicación en los ambientes digitales.

1.4 Uso de redes sociales y consumo informativo en estudiantes universitarios de comunicación

Los espacios digitales mediante las redes sociales han pasado a ser objetos de la vida diaria de los universitarios. El acceso a la información, la comunicación y la participación en entornos digitales constituye uno de los principales usos de la población joven. Por otro lado, su uso permanente ha generado las nuevas formas de acceder a nuevas formas de aprender, interactuar, socializar y construir el conocimiento en las carreras de comunicación social. En este sentido, el consumo de información a través de plataformas digitales es una práctica habitual en la vida de los jóvenes, así como también es la construcción de sentidos sobre la propia realidad.

Las redes sociales como espacios de formación académica: Acceso a contenidos informativos Se debe añadir el acceso inmediato a distintos contenidos informativos.

Sin embargo, también han surgido desafíos relacionados con la verificación de la información, la credibilidad de las fuentes y el desarrollo de habilidades críticas necesarias para desenvolverse en un ecosistema mediático caracterizado por la abundancia de contenidos digitales.

1.4.1 Consumo informativo de los jóvenes universitarios en redes sociales

Los jóvenes universitarios representan uno de los grupos con mayor participación dentro de los entornos digitales debido al uso constante de tecnologías de la información y comunicación en sus actividades académicas y sociales. La aparición de las plataformas digitales ha significado que los estudiantes accedan al conocimiento, se comuniquen con otros usuarios y se enteren de hechos de interés público, de una manera diferente. Esto significa que las redes sociales tienen una gran presencia actualmente en el estudio; los jóvenes consultan información de noticias, sigue el acontecer y construye ideas en función de los mensajes que circulan cada día. De acuerdo con el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo (RISJ) (2024), “las generaciones más jóvenes tienen más inclinación para usar plataformas digitales

como fuente para acceder a información noticiosa". El uso de estas plataformas responde a características de la nueva media; como la actualización constante, disponibilidad de los contenidos y fácil acceso desde los smartphones.

Por tanto, observamos una nueva forma de consumir información; lo que puede desencadenar problemas de identificación y análisis de información fiable. Scolari (2018) destaca que "los jóvenes desarrollan prácticas comunicativas típicas de un ecosistema digital con presencia de plataformas y formatos" en este sentido. En la actualidad, la información que circula lo hace por medio de diversos recursos; tales como textos, imágenes, vídeos y contenido interactivo entre otros. La aparición de situaciones de este estilo ha ocasionado que surjan formas novedosas de relación entre usuario y mensaje, así la interacción con las redes sociales ha ido evolutiva.

Esta dinámica hace que los estudiantes se conviertan en actores activos en el proceso de selección, interacción y difusión de contenidos y no solo en receptores. En la Universidad Técnica del Norte, no solo se preparan académica y profesionalmente a los jóvenes, también se crean programas para responder de manera eficiente a las transformaciones sociales y tecnológicas. La carrera de Comunicación en Línea, que forma parte de la propuesta académica, se desarrolla en un contexto donde los medios digitales han adquirido cierta madurez; así como también donde se están definiendo nuevas formas producción y circulación de la información. Por lo tanto, deben formarse con conocimiento del funcionamiento de las plataformas digitales, como agente que interfiere en el proceso comunicacional de la actualidad.

Para un estudiante de Comunicación en linea, las redes sociales son herramientas vinculadas al aprendizaje y al ejercicio profesional, ya que de ellas se puede acceder a información, encontrar tendencias, analizar discursos, entender las dinámicas de producción actuales. Su uso como fuentes de información resulta relevante, porque como posibles comunicadores estarán involucrados en la búsqueda, tratamiento, análisis y difusión de información en diferentes espacios digitales.

Según Castells (2009), la comunicación en red ha permitido el diagnóstico y la participación de la gente en un proceso de producción y circulación de información. Las plataformas han permitido una interacción permanente entre usuarios, medios y actores sociales. Esta dinámica ha creado una nueva práctica consumidora de información, en la que la información se construye socialmente de forma más inmediata.

Igual, el desarrollo de las prácticas comunicativas cotidianas requiere la potenciación de competencias para elaboración y evaluación de contenidos en la interacción con la nueva narrativa multimedia. Ferrés y Piscitelli (2012) afirman que "participar dentro de los medios implica la creación de la competencia mediática que debe permitirnos interpretar los mensajes, analizar la información y evaluar la veracidad de la información". Resultan en capacidades muy necesarias para la formación de los profesionales de la comunicación que deben tener una conciencia participativa dentro del complejo escenario de las actuales producciones informativas.

Por lo tanto, el análisis del uso de las redes sociales como fuente de información de los estudiantes de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte nos permitirá conocer el impacto de estas plataformas en sus hábitos de consumo informativo y la creación de capacidades básicas para su formación profesional. Contribuye a identificar cómo acceden, seleccionan y utilizan la información los estudiantes en un contexto comunicacional donde los medios digitales tienen un lugar cada vez más relevante.

1.4.2 Redes sociales, identidad y formación profesional en comunicación

La formación profesional de los estudiantes de Comunicación se desarrolla en un contexto profundamente influenciado por las tecnologías digitales y las redes sociales. Estas plataformas no solo funcionan como canales de información, sino también como espacios donde los futuros comunicadores construyen su identidad profesional, desarrollan habilidades comunicativas y fortalecen competencias relacionadas con la producción y gestión de contenidos.

Según Jenkins (2008), la cultura participativa propiciada por los entornos digitales permite que los usuarios se involucren de forma activa en la producción y circulación de información. Desde la perspectiva de una estudiante de comunicación, esta participación se transforma en un momento propicio para experimentar con narrativas y formatos digitales novedosos y aprender sobre las dinámicas de interacción propias del ecosistema mediático actual.

De acuerdo a Castells (2009), se habla de la comunicación en red cuando ocurre nuevas construcciones de identidad asociadas a la gestión de interacciones digitales en los espacios virtuales. En estas redes, las personas se insertan en comunidades de afinidad, conocimiento e intereses a través de vínculos e intercambios comunicativos que enriquecen sus prácticas de aprendizaje personales y profesionales.

Desde la perspectiva comunicacional, se puede acceder a contenido especializado, a la tendencia que hay en la materia y a las vivencias profesionales que fortalecen el aprendizaje. Sin embargo, el uso requiere de una toma de posición crítica respecto a la naturaleza de la información que ofrece la red, que se debe distinguir entre aquellos conceptos o datos que tienen un ser argumentado respecto a los que no lo tienen y que disponen de un apoyo profesional.

Por lo tanto, la relación entre las redes sociales, identidad y la formación profesional se configura como un aspecto fundamental para entender la manera en que los estudiantes de comunicación desarrollan competencias que incidirán en su desempeño futuro dentro del campo de la comunicación digital.

1.4.3 Competencias informativas en estudiantes universitarios

Las competencias informativas hacen referencia a la capacidad de identificar necesidades de información, localizar fuentes pertinentes, evaluar la calidad de los contenidos y utilizar la información de manera ética y responsable. La cantidad de información abunda en el mundo digital, por lo que cada día toma más relevancia las competencias enfatizando el lado crítico y participativo del ser humano.

Según la Unesco (2023) las competencias informacionales son fundamentales para ello. En la universidad, estas herramientas permiten que los alumnos desarrollen procesos de

aprendizaje que sean autónomos y sujetos a la búsqueda de información orientada o fundamentada.

En otro orden de cosas, Ferrés y Piscitelli (2012) sostienen que esto permite poder entender los lenguajes digitales, analizar los mensajes e identificar los intereses implicados en los procesos de comunicación. Estas cualidades permiten participar de una manera más consciente en los escenarios digitales, lo que evita la vulnerabilidad a la información falaz. Los estudiantes de Comunicación deben orientarse hacia las competencias informativas para su ejercicio profesional. La destreza para comprobar fuentes, hacer comparaciones y analizar evidencias es fundamental para que se garantice la calidad y la credibilidad de los contenidos que intentarán producir, difundir y/o comercializar.

Las competencias informativas no solamente ayudan en el rendimiento escolar, también forman a una ciudadanía profesional que responde de manera ética y responsable ante coyunturas de la comunicación digital.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de Investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, debido a que integra métodos cuantitativos y cualitativos con la finalidad de obtener una comprensión amplia sobre el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa en los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo se caracteriza por la recopilación de datos que permiten probar supuestos a través de medidas numéricas y el uso de estadísticas para identificar patrones de comportamiento de la población en cuestión. El enfoque cuantitativo, desde la perspectiva, permitió determinar las prácticas de consumo informativo de los estudiantes, lo que incluye la frecuencia que los jóvenes consultan redes sociales; las redes y plataformas que utilizan; el tipo de contenido informativo que consulta en redes sociales; cómo reacciona ante tales contenidos; su confianza en la información que encuentra en las redes; entre otros. Por otro lado, Hernández Sampieri (2014) señala que el enfoque cualitativo busca entender fenómenos desde la perspectiva de los participantes. Analizar experiencias, percepciones y significados construidos en un contexto determinado. A través de esta investigación, el enfoque cualitativo permitió indagar en las opiniones y criterios de profesionales de la comunicación sobre el papel de las redes sociales en los actuales procesos informativos; sobre la verificación de contenidos; sobre la desinformación; sobre la importancia del pensamiento crítico para la formación del comunicador.

La investigación es cuantitativa y no cualitativa a la vez. Esto permitió que el análisis fuera mucho más integral gracias a los datos que registran las tendencias sobre el uso de las redes sociales en los alumnos en un formato cuantitativo. Asimismo, se contemplan datos cualitativos que permiten leer las implicancias comunicacionales y profesionales que se derivan de los usos informativos. Por otro lado, el estudio presenta un alcance descriptivo. Esto se debe a que busca caracterizar el modo en que los estudiantes utilizan las redes sociales como fuente de información noticiosa. En otras palabras, cuál sería el tipo de agua que prefieren consumir y por qué.

De acuerdo con Hernández Sampieri (2014), los estudios descriptivos tienen como finalidad especificar propiedades, características y perfiles de personas, grupos o fenómenos sometidos a análisis. En este sentido, este alcance permitió describir el comportamiento informativo de los estudiantes de Comunicación en Línea frente al consumo de noticias mediante plataformas digitales.

Por lo tanto, el enfoque mixto y el alcance descriptivo responden a la necesidad de analizar cómo los estudiantes universitarios utilizan las redes sociales para informarse, cómo evalúan la credibilidad de los contenidos y qué competencias aplican para desenvolverse dentro de los actuales entornos digitales.

2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron técnicas e instrumentos de recolección de información de carácter cuantitativo y cualitativo, con la finalidad de analizar el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa en los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte.

La selección de estas técnicas respondió a la necesidad de comprender el fenómeno estudiado desde dos perspectivas complementarias: por una parte, conocer las prácticas y hábitos de consumo informativo de los estudiantes mediante datos medibles; y por otra, profundizar en las percepciones y criterios profesionales relacionados con la transformación del ecosistema informativo digital, la credibilidad de los contenidos y los procesos de verificación de información.

De acuerdo con (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2014), la recolección de datos dentro de una investigación debe realizarse mediante instrumentos adecuados que permitan obtener información relacionada con las variables de estudio y responder a los objetivos planteados. En este sentido, los instrumentos aplicados se diseñaron tomando en cuenta las principales dimensiones de la investigación, entre ellas uso de redes sociales, consumo informativo digital, percepción de credibilidad, verificación de contenidos y competencias comunicacionales.

Las técnicas empleadas fueron:

2.3 Entrevista Semiestructurada

Se les realizó una entrevista semiestructurada a profesionales del área de la comunicación, con el fin de conocer sus percepciones y experiencias sobre el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa en los estudiantes universitarios.

Con este instrumento se lograron analizar aspectos vinculados a la transformación que sufrió el consumo informático digital, a la credibilidad de los contenidos que se publican en las redes sociales, a los procesos de verificación de la información, a la aparición de la desinformación y a los conocimientos que desarrollarán los futuros comunicadores para poder tener una participación crítica dentro de los ambientes digitales.

La guía de entrevista estuvo compuesta por preguntas abiertas, organizadas en categorías de análisis acordes con los objetivos de la investigación. Los principales temas abordados se incluyeron, el papel de las redes sociales en la difusión de noticias, ventajas y riesgos del consumo de información digital, criterios utilizados para evaluar la credibilidad de los contenidos, estrategias de verificación, influencia de los algoritmos, alfabetización mediática y formación profesional en el área de la comunicación.

La información obtenida mediante este instrumento fue analizada mediante categorización temática, permitiendo identificar patrones, opiniones y criterios profesionales relacionados con el fenómeno estudiado.

2.4 Encuesta

La encuesta fue utilizada como técnica de recolección de información cuantitativa y fue aplicada a los estudiantes matriculados en el periodo académico marzo-agosto 2026 de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte, con el propósito de analizar el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa.

El instrumento empleado fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y escalas tipo Likert, diseñado de acuerdo con los objetivos de la investigación y las dimensiones relacionadas con el consumo de información digital, la credibilidad de la información, la verificación de contenidos, las competencias digitales y la percepción de la influencia de las redes sociales en los procesos informativos.

La encuesta permitió recopilar información sobre los hábitos de acceso a noticias mediante plataformas digitales, las redes sociales más utilizadas, los criterios que los estudiantes utilizan para evaluar la confiabilidad de los contenidos, las prácticas de verificación antes de compartir información y la importancia de reforzar habilidades asociadas a la alfabetización mediática en la formación profesional.

El cuestionario se aplicó a estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en Línea y permitió obtener datos cuantificables sobre sus prácticas informativas en los medios digitales. Los resultados fueron analizados mediante estadística descriptiva, utilizando tablas y gráficos para identificar las tendencias relativas al uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa.

Preguntas de investigación

Pregunta general

- ¿Cómo utilizan las redes sociales como fuente de información noticiosa los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte?

Preguntas específicas

- ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes para acceder a información noticiosa?
- ¿Qué hábitos de consumo informativo presentan los estudiantes al utilizar redes sociales?
- ¿Qué criterios emplean los estudiantes para evaluar la credibilidad de la información encontrada en redes sociales?
- ¿Qué competencias digitales aplican para verificar la veracidad de las noticias?
- ¿Cuál es la percepción de los estudiantes respecto a la influencia de las redes sociales en su formación profesional como comunicadores?

2.6 Matriz de variables

Tabla 1

Matriz de Variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica de recolección de datos	Fuente de información
Uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa en los estudiantes de Comunicación en Línea de la UTN	Hábitos y acceso	Frecuencia de uso, redes sociales utilizadas, consumo de noticias, formatos informativos preferidos	Encuesta	Estudiantes de Comunicación en Línea de la UT
	Credibilidad y criterios de evaluación	Confianza en las noticias, percepción de veracidad, importancia de la fuente, influencia de la viralidad	Encuesta y entrevista	Estudiantes y expertos en comunicación
	Verificación y competencias digitales	Contraste de fuentes, identificación de noticias falsas, conocimiento de fact-checking, uso de herramientas de verificación	Encuesta y entrevista	Estudiantes y expertos en comunicación
	Impacto académico e informativo	Influencia de las noticias en el aprendizaje, concentración, incertidumbre académica, comportamiento informativo	Encuesta	Estudiantes de Comunicación en Línea de la UTN
	Formación y perfil profesional	Alfabetización mediática, preparación para verificar información, interés en capacitación,	Encuesta y entrevista	Estudiantes y expertos en comunicación

	aporte a la formación profesional

Nota: Elaboración propia

2.7 Participantes

En el ciclo académico 2026-2027, se estudió una población de 64 alumnos de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte. Se escogió a esta población por la relación directa que sus miembros tienen con los medios digitales y las redes sociales, las cuales hoy en día hacen parte de sus prácticas académicas, comunicativas e informativas. Estas características permitieron analizar las dinámicas relacionadas con el uso de las redes sociales como fuente de información periodística y su impacto en la formación de futuros profesionales de la comunicación.

Se trabajó con una muestra cuantitativa de 49 estudiantes voluntarios del octavo y noveno semestres de la carrera, a quienes se les aplicó la encuesta diseñada para este estudio. Esta cantidad equivale al 76,56 % del total de la población, lo cual permite recolectar información importante sobre los hábitos de consumo informativo, las plataformas que utilizan para acceder a las noticias, los criterios que emplean para valorar la credibilidad de los contenidos y las prácticas relacionadas con la verificación de la información en las redes sociales.

Para elegir a los participantes se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, teniendo en cuenta factores como la disponibilidad, accesibilidad y disposición de los estudiantes para participar. La herramienta se utilizó mediante Google Forms, lo que facilitó la recolección de los datos, acorde a la modalidad en línea de la carrera.

En cuanto a las características generales, los estudiantes encuestados se encuentran en los últimos niveles de formación académica, lo que implica que poseen experiencia en el uso de herramientas digitales, plataformas sociales y en el consumo de información en línea. Estas condiciones permitieron aproximarse al comportamiento informativo de los futuros comunicadores frente a las nuevas formas de acceso, selección y difusión de información en el entorno digital.

Por su parte, la muestra cualitativa estuvo conformada por tres informantes clave vinculados a áreas de comunicación, periodismo y producción de contenidos digitales. La selección de los mismos se realizó mediante un muestreo no probabilístico intencional o por criterio, considerando su trayectoria profesional, experiencia y conocimiento sobre procesos de producción, análisis, verificación y circulación de información en medios tradicionales y digitales.

La participación de estos informantes permitió complementar la información obtenida en la encuesta a estudiantes, brindando una visión profesional sobre el rol actual de las redes sociales en el ámbito comunicacional. Sus aporte enriquecieron la triangulación de resultados,

fortaleciendo la interpretación del fenómeno desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa, en consonancia con el enfoque mixto de la investigación.

Aunque los resultados solo corresponden al grupo participante y no buscan ser representativos a nivel estadístico de otras poblaciones, la cantidad de estudiantes encuestados y la colaboración de informantes especializados permitió obtener una perspectiva amplia sobre las prácticas de consumo informativo digital y el papel de las redes sociales como fuente de noticias en la formación de los estudiantes de Comunicación en Línea.

Información entrevistados

Licenciada Andrea Guevara

En los entrevistados se encuentra Andrea Guevara, licenciada en Comunicación y periodista con experiencia profesional en medios de comunicación radial y televisivo de la ciudad de Ambato. Trabaja actualmente como periodista independiente, desempeñando actividades de investigación, elaboración y difusión de contenidos informativos. Su carrera profesional le permitió aportar criterios especializados sobre el uso de las redes sociales como fuente de información, los desafíos del periodismo en la era digital, los procesos de verificación de la información y los cambios en los hábitos de consumo informativo de las audiencias.

Licenciada María Bracho

Asimismo, participó María Bracho, Licenciada en Comunicación Social, capacitadora, creadora de contenido digital y locutora de Radio Vibra FM. Su experiencia profesional en medios de comunicación y entornos digitales permitió aportar criterios especializados sobre el papel de las redes sociales como fuente informativa, la producción de contenidos y las prácticas de consumo de información en plataformas digitales, aspectos directamente relacionados con el objeto de estudio de la presente investigación.

Ingeniero Omar Maldonado

Finalmente, se contó con la participación de Omar Maldonado, Ingeniero Comercial con amplia experiencia en el ámbito de la comunicación y los medios radiales. A lo largo de su trayectoria profesional se ha desempeñado como locutor en medios de comunicación como Radio Exa FM y Radio Los Lagos, además de contar actualmente con su propio medio de comunicación, Radio Vibra FM. Su experiencia en la producción, difusión y manejo de contenidos comunicativos permitió aportar criterios especializados sobre el papel de las redes sociales como fuente de información noticiosa, la evolución de los medios tradicionales hacia los entornos digitales y las nuevas formas de consumo informativo por parte de las audiencias.

Tabla 2

Población y muestra

Descripción	Frecuencia

Población total de estudiantes	64
Muestra encuestada	49
Porcentaje de cobertura	76.56 %

Nota: Elaboración propia

2.8 Procedimiento y análisis de datos

El desarrollo de la presente investigación se llevó a cabo mediante varias etapas que permitieron recopilar, organizar y analizar la información relacionada con el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa en los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte.

Fase 1. Revisión bibliográfica y fundamentación teórica

En una primera etapa se procedió a la búsqueda, recopilación y análisis de información científica a partir de libros, artículos académicos, informes institucionales y documentos especializados sobre redes sociales, consumo informativo digital, credibilidad de la información, desinformación, alfabetización mediática y competencias digitales. Esta revisión permitió construir el marco teórico y el fundamento del estudio.

Fase 2. Diseño de instrumentos de investigación

Se realizaron los instrumentos de recolección de información. Para el componente cuantitativo, se utilizó una encuesta estructurada para ser aplicada a los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea. Para la fase cualitativa se realizó una entrevista semiestructurada en la que se consultó a especialistas en comunicación, periodismo y alfabetización mediática con el fin de recoger criterios especializados sobre el fenómeno.

Fase 3. Recolección de datos

Los datos fueron recolectados mediante un cuestionario digital, aplicada a 49 estudiantes de octavo y noveno semestre de la Carrera de Comunicación en Linea de la Universidad Técnica del Norte. El instrumento fue elaborado desde Google Form y fue compartido a los estudiantes. Los estudiantes participaban a voluntad y los resultados se registraban de forma automática para su análisis posterior. También se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres profesionales de la comunicación para complementar y profundizar los resultados del cuestionario.

Fase 4. Organización y procesamiento de la información

Una vez completada la recolección de datos, Se tabuló las respuestas de la encuesta en una base de datos computarizada para siguiente procesamiento y análisis. Se llevaron a cabo la lectura y relectura de las entrevistas para su sistematización según categorías temáticas acordes a los objetivos.

Fase 5. Análisis e interpretación de resultados

El análisis estadístico descriptivo de los datos cualitativos se realizó mediante el uso de frecuencias y porcentajes que tenía como finalidad determinar las tendencias en lo cuantitativo en relación a las respuestas vinculadas con el consumo de información, credibilidad, verificación de información y formación profesional que poseen los estudiantes.

Por su parte, la información cualitativa del instrumento de entrevistas se analizó mediante un proceso de categorización temática, procedimiento a través del cual se identificaron ideas, percepciones y recomendaciones expresadas por parte de los expertos entrevistados, en relación con el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa.

Después se llevó a cabo una triangulación de resultados cuantitativos y cualitativos; para realizar una contrastación de la información obtenida y fortalecer la interpretación de los hallazgos.

Análisis estadístico y software empleado

Para analizar la información cuantitativa se empleó la estadística descriptiva, utilizada para presentar e interpretar los resultados obtenidos a partir de la encuesta. Así, las frecuencias absolutas y porcentajes permitieron obtener un resultado que se puede presentar de la siguiente manera:

El procesamiento, tabulación y elaboración de gráficos y tablas estadísticos se realizó con Microsoft Excel que nos permite procesar la información que se presenta en la investigación y poder representarlas gráficamente para evidenciar los resultados.

La técnica del análisis temático quedó utilizada para hacer el análisis cualitativo de las entrevistas por medio de la identificación y agrupación de categorías vinculadas con los objetivos de la investigación.

Consideraciones éticas

La investigación se llevó a cabo respetando los principios éticos de confidencialidad, voluntariedad y anonimato. Los participantes fueron previamente informados sobre los objetivos del estudio y su participación se realizó de manera completamente voluntaria. La información recopilada fue utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación, garantizando la protección de los datos personales de los participantes y la confidencialidad de sus respuestas.

CAPÍTULO III
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

Los resultados obtenidos en la presente investigación se presentan de acuerdo con los instrumentos aplicados: entrevista semiestructurada dirigida a profesionales de comunicación y encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte. La información recopilada permitió analizar el uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa, los hábitos de consumo informativo, los criterios de credibilidad, los procesos de verificación y la percepción de los estudiantes respecto a la influencia de estas plataformas en su formación profesional.

3.1.2 Resultados Entrevista Semiestructurada

Con el propósito de complementar la información obtenida mediante la encuesta, se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres profesionales vinculados al ámbito de la comunicación y el periodismo. La información recopilada fue analizada mediante una matriz temática, permitiendo identificar categorías relacionadas con los objetivos de investigación.

Tabla 3

Entrevista a Andrea Guevara

Categoría	Ideas centrales identificadas	Interpretación discursiva
Uso de redes sociales como fuente informativa	Las redes sociales permiten acceder a información de manera inmediata y constante. Han transformado la forma en que las personas se informan en comparación con los medios tradicionales.	La entrevistada reconoce que las redes sociales se han consolidado como espacios fundamentales para el acceso a noticias, especialmente entre los jóvenes, debido a la rapidez con la que circula la información.
Ventajas y riesgos	La principal ventaja es la inmediatez y el acceso a información de diferentes partes del mundo. El principal riesgo es la difusión de información falsa o no verificada	Se evidencia una postura equilibrada que reconoce los beneficios informativos de las plataformas digitales, pero también advierte sobre la necesidad de verificar la información antes de consumirla o compartirla.
Credibilidad y verificación	La credibilidad depende de la procedencia de la información, la reputación de la fuente y el trabajo periodístico responsable.	La entrevistada considera que la verificación constituye una responsabilidad fundamental de los comunicadores para garantizar información confiable.
Competencias profesionales	Destaca la ética profesional, el análisis crítico, la contrastación de fuentes y la responsabilidad informativa.	Se enfatiza que la formación de futuros comunicadores debe orientarse al desarrollo de competencias críticas que permitan enfrentar los desafíos informativos del entorno digital.
Impacto del consumo informativo	La exposición constante a información contradictoria puede generar confusión e incertidumbre.	Se observa preocupación por los efectos que la sobreexposición informativa puede tener

Categoría	Ideas centrales identificadas	Interpretación discursiva
		en la comprensión de la realidad y en la toma de decisiones de los usuarios.
Recomendaciones	Mantener una actualización constante, desarrollar creatividad y comprender las dinámicas actuales de las plataformas digitales.	La entrevistada considera que la adaptación permanente a los cambios tecnológicos es indispensable para el ejercicio profesional de la comunicación.

Nota: Elaboración propia

Tabla 4

Entrevista a María Bracho

Categoría	Ideas principales	Interpretación
Uso de redes sociales como fuente de información	Las redes sociales se han convertido en herramientas clave para informar, crear contenido y comunicarse con distintos públicos.	La entrevistada resalta que las plataformas digitales son fundamentales hoy en día dentro de la comunicación y la creación de contenidos.
Ventajas y oportunidades	Permiten acceder a la información de forma inmediata y mantener una interacción continua con otras personas.	Se observa una visión positiva de las redes, ya que amplían las formas de comunicarse y compartir información.
Riesgos y desinformación	Circula mucha información que no siempre está verificada, lo que puede generar confusión o malas interpretaciones.	La entrevistada considera importante que los usuarios desarrollen una mirada crítica frente a lo que consumen en internet.
Competencias digitales	Incluyen habilidades como verificar información, analizar contenidos y tener pensamiento crítico.	Se reconoce que estas habilidades son esenciales para manejarse correctamente en entornos digitales.
Formación profesional	Implica practicar constantemente, ser creativo, mantenerse actualizado en tecnología y tener compromiso personal.	La entrevistada señala que el crecimiento profesional depende tanto de la formación académica como de la capacidad de adaptarse a los cambios digitales.
Recomendaciones	Es importante investigar tendencias, explorar nuevas plataformas y entender cómo las personas consumen información.	Se promueve una formación enfocada en la innovación y en comprender mejor las necesidades actuales de comunicación.
Categoría	**Ideas centrales identificadas**	**Interpretación discursiva**
Uso de redes sociales como fuente informativa	Las redes sociales son herramientas fundamentales para informar, crear contenido y comunicarse con diferentes audiencias.	La entrevistada destaca el papel central que ocupan las plataformas digitales dentro de la comunicación contemporánea y la producción de contenidos.
Ventajas y oportunidades	Facilitan el acceso inmediato a la información y permiten una interacción constante con los usuarios.	Se evidencia una valoración positiva de las redes sociales como espacios que amplían las posibilidades de comunicación y difusión informativa.
Riesgos y Desinformación	Existe abundante información sin verificar que puede generar interpretaciones erróneas.	La entrevistada considera necesario fortalecer la capacidad crítica de los usuarios frente a la información que consumen.

Competencias digitales	Fact-checking, análisis de contenidos, alfabetización mediática y pensamiento crítico.	Se reconoce que las competencias digitales son fundamentales para desenvolverse adecuadamente en entornos informativos digitales.
Formación profesional	La formación requiere práctica constante, creatividad, actualización tecnológica y compromiso individual.	La entrevistada considera que el desarrollo profesional depende tanto de la formación académica como de la capacidad de adaptación a las nuevas tendencias digitales.
Recomendaciones	Investigar tendencias digitales, conocer nuevas plataformas y comprender cómo las audiencias consumen información.	Se promueve una formación orientada a la innovación y a la comprensión de las necesidades comunicativas actuales.

Nota: Elaboración propia

Tabla 5

Entrevista a Omar Maldonado

Categoría	**Ideas centrales identificadas**	**Interpretación discursiva**
Uso de redes sociales como fuente informativa	Las redes sociales permiten una difusión rápida de la información y facilitan el acceso inmediato a noticias y acontecimientos.	El entrevistado considera que estas plataformas son actualmente uno de los principales canales informativos utilizados por los estudiantes universitarios.
Credibilidad de la información	La credibilidad depende de la fuente, la reputación del emisor y la validación mediante fuentes oficiales.	Se evidencia una preocupación por la facilidad con que cualquier usuario puede difundir información sin garantizar su veracidad.
Segmentación y consumo digital	Las diferentes redes sociales responden a públicos específicos según edad, intereses y características sociales.	El entrevistado identifica cambios en los hábitos de consumo informativo asociados a la segmentación de las plataformas digitales.
Desinformación y riesgos digitales	Noticias falsas, contenidos fuera de contexto y perfiles sin identidad verificable.	Se reconoce que la desinformación constituye uno de los principales riesgos del ecosistema digital contemporáneo.
Perfil profesional e identidad digital	La credibilidad profesional se construye también a través de la imagen y comportamiento que los usuarios proyectan en sus redes sociales.	El entrevistado destaca que la identidad digital influye directamente en la confianza que generan los futuros comunicadores.
Pensamiento crítico y formación profesional	Recomienda fortalecer la lectura, la investigación y el seguimiento de expertos en diferentes áreas.	Se enfatiza la necesidad de desarrollar pensamiento crítico para interpretar adecuadamente la información y ejercer una comunicación responsable.

Nota: Elaboración propia

Análisis

Licenciada Andrea Guevara

La entrevista realizada a Andrea Guevara permitió identificar, desde su experiencia profesional como periodista, que las redes sociales se han convertido en un elemento fundamental dentro del ecosistema informativo actual, debido a la rapidez, accesibilidad y alcance que ofrecen para la difusión de contenidos noticiosos. Según su perspectiva, estas plataformas han transformado las dinámicas tradicionales de consumo de información, permitiendo que los usuarios accedan a acontecimientos de interés público de manera inmediata y permanente.

No obstante, la entrevistada señala que esta facilidad de publicación y circulación de contenidos también representa un desafío para el ejercicio periodístico, debido al incremento de información falsa, incompleta o descontextualizada que puede difundirse en estos espacios digitales. En este sentido, considera que el acceso rápido a las noticias no garantiza necesariamente la calidad de la información, por lo que resulta indispensable fortalecer los procesos de verificación, contrastación de fuentes y análisis crítico antes de aceptar o compartir un contenido.

Desde su experiencia, destaca que las redes sociales funcionan como una herramienta complementaria dentro del proceso informativo, pero no deben ser consideradas como la única fuente de consulta, especialmente en la formación de futuros comunicadores. La entrevistada enfatiza que el periodismo profesional mantiene un papel esencial en la construcción de información confiable, debido a que se basa en principios éticos, responsabilidad social y procedimientos orientados a comprobar la veracidad de los hechos.

Asimismo, resalta la importancia de que los estudiantes de Comunicación en Línea desarrollen competencias relacionadas con la alfabetización mediática y digital, con el propósito de fortalecer su capacidad para identificar, evaluar y diferenciar información confiable de aquellos contenidos que pueden generar desinformación o influir negativamente en la opinión pública. Para la entrevistada, un comunicador no solo debe consumir información, sino también comprender los procesos mediante los cuales se produce, circula y adquiere relevancia dentro de los entornos digitales.

Además, menciona que la constante actualización frente a los cambios tecnológicos es una necesidad dentro del campo comunicacional, debido a que las plataformas digitales evolucionan continuamente y modifican las formas en que las audiencias acceden a las noticias. En este contexto, considera que la preparación profesional debe incluir herramientas que permitan responder a los nuevos escenarios informativos, donde la rapidez de difusión debe estar acompañada de responsabilidad y criterio profesional.

Por otra parte, la entrevistada identifica que el consumo permanente de información en redes sociales puede generar una exposición excesiva a diferentes versiones de un mismo acontecimiento, provocando saturación informativa y dificultades para distinguir entre contenidos verificados y aquellos que carecen de fundamentos. Ante esta realidad, plantea la

necesidad de promover prácticas de consumo informativo más conscientes, basadas en la revisión de fuentes confiables, la comparación de información y la búsqueda de contenidos contextualizados.

En consecuencia, los aportes obtenidos en la entrevista evidencian que las redes sociales representan un recurso relevante para los estudiantes de Comunicación en Línea, principalmente por su capacidad de facilitar el acceso y la distribución de información noticiosa. Sin embargo, su utilización requiere desarrollar habilidades de verificación, pensamiento crítico y ética profesional, elementos necesarios para formar comunicadores capaces de enfrentar los retos de la comunicación digital y contribuir a la difusión responsable de información dentro de la sociedad.

Licenciada María Bracho

La entrevista realizada a María Bracho permitió identificar, desde su experiencia profesional como periodista, comunicadora, capacitadora y creadora de contenido digital, que las redes sociales se han consolidado como espacios fundamentales dentro de los procesos actuales de comunicación, debido a su capacidad para facilitar el acceso, producción y difusión de información. Desde su perspectiva, estas plataformas representan herramientas que permiten ampliar el alcance de los contenidos, fortalecer la interacción con las audiencias y generar nuevas formas de participación dentro del entorno digital.

La entrevistada reconoce que las redes sociales han transformado la manera en que las personas consumen información, principalmente por la rapidez con la que los contenidos pueden ser publicados y compartidos. En este sentido, considera que estas plataformas ofrecen oportunidades importantes para los comunicadores, ya que permiten informar sobre temas de interés social y establecer una relación más cercana con las audiencias. Sin embargo, señala que esta facilidad de circulación también implica desafíos relacionados con la calidad y veracidad de los contenidos disponibles.

Desde su experiencia, advierte que la posibilidad de que cualquier usuario pueda generar y difundir información puede favorecer la presencia de contenidos falsos, incompletos o sin suficiente respaldo. Por esta razón, destaca la importancia de aplicar procesos de verificación de información, mediante la revisión de fuentes confiables, el contraste de datos y el desarrollo del pensamiento crítico. Para la entrevistada, estas competencias son esenciales dentro de la formación de los futuros comunicadores, quienes deben asumir una postura responsable frente a los contenidos que consumen y comparten.

Asimismo, enfatiza que el uso de redes sociales como fuente informativa requiere de una actitud analítica por parte de los estudiantes de Comunicación en Línea, debido a que la cantidad de información disponible en estos espacios no siempre garantiza su confiabilidad. En este contexto, considera necesario que los futuros profesionales aprendan a identificar la intención de los mensajes, evaluar la procedencia de los contenidos y comprender el impacto que puede generar la difusión de información sin una adecuada verificación.

La entrevistada también señala que la exposición constante a diferentes tipos de contenidos puede influir en la percepción que tienen los usuarios sobre determinados acontecimientos, especialmente cuando la información circula de manera rápida y sin el contexto necesario. Ante esta realidad, plantea la importancia de fomentar prácticas de consumo informativo más conscientes, orientadas hacia la selección de contenidos verificados y la construcción de criterios propios frente a la información que circula en los entornos digitales.

Además, resalta que la formación profesional de los comunicadores no debe limitarse únicamente al manejo de herramientas digitales, sino que debe incluir una preparación constante, actualización de conocimientos y compromiso ético con el ejercicio de la comunicación. Desde esta perspectiva, las redes sociales pueden convertirse en recursos valiosos para el desarrollo profesional, siempre que sean utilizadas con responsabilidad, creatividad y criterio periodístico.

En consecuencia, los aportes obtenidos en la entrevista evidencian que las redes sociales representan una herramienta significativa dentro del ecosistema comunicacional contemporáneo, especialmente para los estudiantes de Comunicación en Línea, debido a las posibilidades que ofrecen para acceder y difundir información. No obstante, su aprovechamiento depende de las capacidades que desarrollen los futuros comunicadores para analizar, verificar y gestionar los contenidos digitales, fortaleciendo así una comunicación más responsable y acorde con las necesidades de la sociedad actual.

Ingeniero Omar Maldonado

La entrevista realizada a Omar Maldonado permitió identificar, desde su experiencia profesional en el ámbito de la comunicación y los medios radiales, que las redes sociales han generado una transformación significativa en la manera en que las personas acceden, consumen y comparten información. Según su perspectiva, estas plataformas se han convertido en espacios de consulta frecuente, especialmente entre jóvenes y estudiantes universitarios, debido a la rapidez, accesibilidad e inmediatez con la que permiten conocer acontecimientos de actualidad.

El entrevistado señala que las redes sociales representan una herramienta de gran utilidad dentro del proceso comunicacional, ya que facilitan la circulación de contenidos informativos y permiten una mayor interacción entre medios, comunicadores y audiencias. Sin embargo, destaca que esta misma facilidad de difusión también genera nuevos desafíos relacionados con la calidad y confiabilidad de la información, debido a que en estos espacios pueden circular contenidos que no cuentan con procesos adecuados de verificación o que presentan datos incompletos y descontextualizados.

Desde su experiencia, considera que uno de los principales retos para los comunicadores actuales es aprender a diferenciar entre la información que posee respaldo y aquella que únicamente alcanza mayor visibilidad por su impacto o nivel de interacción dentro de las plataformas digitales. En este sentido, enfatiza que la rapidez con la que se comparte una

noticia no debe ser el único criterio para determinar su importancia o credibilidad, ya que la responsabilidad periodística requiere procesos de comprobación, análisis y contraste de fuentes.

Asimismo, el entrevistado resalta la importancia de que los estudiantes de Comunicación en Línea desarrollen competencias relacionadas con el pensamiento crítico, la investigación constante y la verificación de información. Desde su perspectiva, los futuros comunicadores deben asumir una postura reflexiva frente a los contenidos que encuentran en redes sociales, evitando reproducir información únicamente por su popularidad o alcance, y priorizando aquellos contenidos que cumplen con criterios de veracidad y responsabilidad comunicativa.

Además, menciona que la formación profesional en comunicación debe fortalecer habilidades como la lectura, la redacción, la interpretación de datos y la capacidad de análisis, debido a que el ejercicio comunicacional en los entornos digitales requiere profesionales preparados para enfrentar escenarios donde existe una gran cantidad de información disponible. Para el entrevistado, la credibilidad de un comunicador se construye mediante la rigurosidad del proceso informativo y el compromiso ético con la sociedad.

Por otra parte, destaca que el aprendizaje de los futuros profesionales no depende únicamente del manejo de herramientas digitales, sino también de la combinación entre conocimientos académicos, experiencia práctica y actualización permanente. En este sentido, considera que las redes sociales deben ser comprendidas como recursos complementarios dentro del proceso de formación, pero no como la única fuente de información o aprendizaje, ya que el trabajo comunicacional requiere acudir a diversas fuentes y mantener una visión amplia de los acontecimientos.

En consecuencia, los aportes obtenidos en la entrevista evidencian que las redes sociales constituyen un elemento relevante dentro del ecosistema informativo contemporáneo, especialmente para las nuevas generaciones y estudiantes de comunicación. No obstante, su utilización efectiva depende de la capacidad de los usuarios para analizar, verificar y gestionar los contenidos digitales de manera responsable. Desde esta perspectiva, la formación de comunicadores críticos y éticos resulta fundamental para enfrentar los desafíos actuales relacionados con la desinformación y garantizar una comunicación basada en información confiable y de calidad.

Análisis comparativo de las entrevistas

Al comparar las respuestas de los tres expertos se observa coincidencia en que las redes sociales representan una de las principales fuentes de información para los estudiantes universitarios debido a su accesibilidad e inmediatez. Sin embargo, los entrevistados también señalan que las redes sociales han permitido que la información llegue de forma rápida e inmediata a los usuarios, esta misma característica puede representar un riesgo, ya que facilita la circulación de noticias falsas o contenidos que no han sido revisados ni verificados correctamente antes de su difusión.

De acuerdo a los especialistas, no se puede considerar como verdadero sólo por la cantidad de personas que lo comparte o el alcance que tiene en un medio digital, debe verificarse la fuente

y la calidad de la información. Resaltan la relevancia de fortalecer las competencias digitales, el pensamiento crítico y la educación mediática para que los consumidores puedan acceder, evaluar y hacer un consumo más responsable de la información.

Existe consenso en que las redes sociales constituyen una herramienta complementaria para la formación profesional de los futuros comunicadores, pero no sustituyen los principios fundamentales del periodismo, como la investigación, la contrastación de información y el contacto directo con las fuentes.

3.1.3 Resultados Encuesta

La encuesta aplicada a 49 estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte permitió identificar que las redes sociales tienen un papel importante como fuente de información noticiosa, debido a la rapidez y facilidad con que permiten acceder a los contenidos.

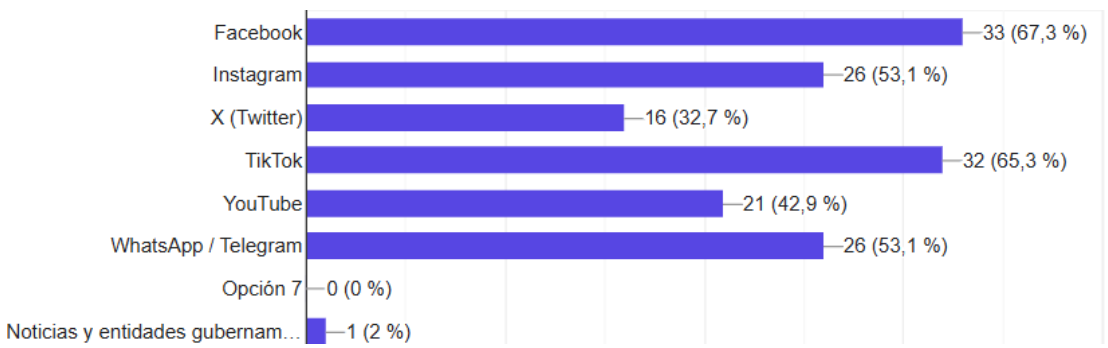
Se analizaron las respuestas obtenidas, donde resalta el uso de estas plataformas para informarse; en tanto que también, resaltan la necesidad de mejorar la cultura de verificación de la información antes de su difusión. Esto demuestra cómo las redes sociales pueden llegar a ser herramientas útiles dentro del consumo de información actual; no obstante, estas deben ser usadas de manera crítica y responsable, sobre todo, en futuros comunicadores.

Los resultados también nos permiten observar de qué forma el acceso a un consumo de noticias a partir de las redes sociales ha modificado la forma en que se relacionan con la información, ya que dan más valor a un contenido más inmediato y de fácil acceso. Sin embargo, este ejercicio implica el reto de conseguir, discernir entre los datos verificables que son los más confiables y la información que puede contener errores o que no cuenta con el apoyo correspondiente. La comunicación requiere un juicio crítico con capacidad de análisis.

1.- ¿Cuáles redes sociales utiliza con mayor frecuencia para informarse? (marque todas las que correspondan)

Figura 1

Redes Sociales



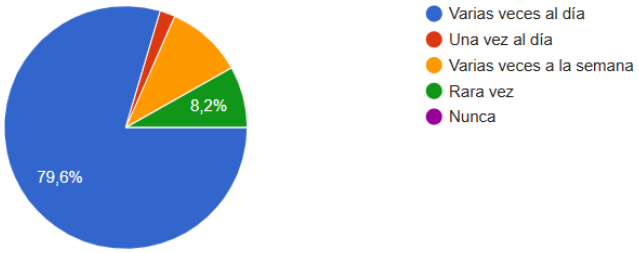
Análisis

Los hallazgos reflejan que los estudiantes utilizan varias redes sociales para acceder a información noticiosa, principalmente Facebook, TikTok, Instagram y WhatsApp como las plataformas más empleadas. Este hallazgo evidencia que el consumo informativo de los futuros comunicadores se desarrolla principalmente en entornos digitales caracterizados por la inmediatez y la constante actualización de contenidos. Asimismo, se observa una preferencia por plataformas que contienen formatos audiovisuales e interacción social, lo que refleja cambios en las formas tradicionales de acceso a las noticias. Estos resultados destacan la necesidad de fortalecer competencias relacionadas con la verificación y evaluación crítica de la información, debido a la amplia circulación de contenidos que provienen de vaias fuentes en estos espacios digitales

2.- ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para informarse?

Figura 2

Frecuencia



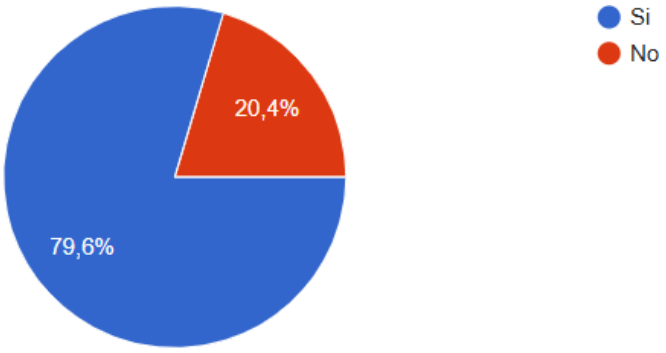
Análisis

La alta frecuencia con que los estudiantes utilizan las redes sociales para informarse demuestra que estas plataformas forman parte de sus hábitos cotidianos de consumo informativo. Este comportamiento muestra que los medios digitales se han consolidado como un canal de acceso permanente a la actualidad, permitiendo una exposición constante a noticias y acontecimientos de interés público. Sin embargo, la dependencia de estos espacios también plantea desafíos relacionados con la calidad y credibilidad de la información recibida, por lo que resulta fundamental reforzar las habilidades de análisis y contrastación de fuentes que favorezcan un consumo informativo crítico y responsable dentro del ámbito profesional de la comunicación.

3.- ¿Considera que las redes sociales constituyen su principal fuente de información noticiosa?

Figura 3

Principal Fuente de Información



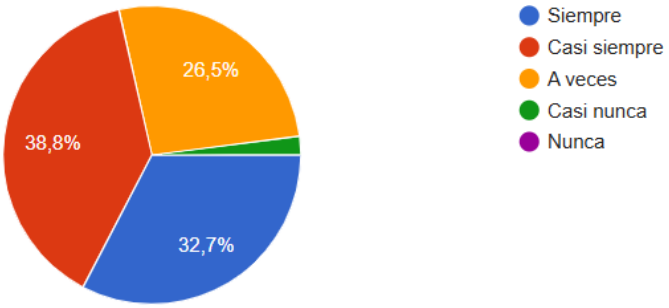
Análisis

Los datos obtenidos indican que la mayoría de los estudiantes considera a las redes sociales como su principal fuente de información noticiosa. Esto indica que estas plataformas han apartado a los medios tradicionales en el acceso diario a las noticias. El hallazgo refleja que los estudiantes recurren principalmente a entornos digitales para mantenerse informados, debido a la rapidez con la que circulan los contenidos y a la facilidad de acceso mediante dispositivos móviles. Sin embargo, esta preferencia también resalta la importancia de desarrollar competencias para identificar información verificada y diferenciarla de contenidos poco confiables.

4.- ¿Prefiere consumir noticias en formatos breves, como videos cortos, hilos o infografías?

Figura 4

Consumo de redes



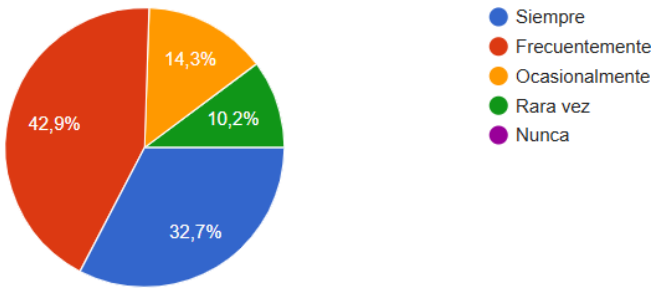
Análisis

Los resultados evidencian una clara preferencia por los formatos breves para el consumo de noticias. Esto evidencia que los estudiantes valoran contenidos que puedan comprenderse de manera rápida y sencilla, adaptados a las dinámicas de las redes sociales. La tendencia observada sugiere que los formatos audiovisuales y resumidos se han convertido en una alternativa para acceder a la información y así captar la atención de las audiencias jóvenes. No obstante, esta preferencia puede limitar la profundización en temas complejos cuando la información se presenta de forma excesivamente resumida.

5.- ¿Utiliza más de una red social para contrastar una misma noticia?

Figura 5

Contraste de información mediante varias redes sociales



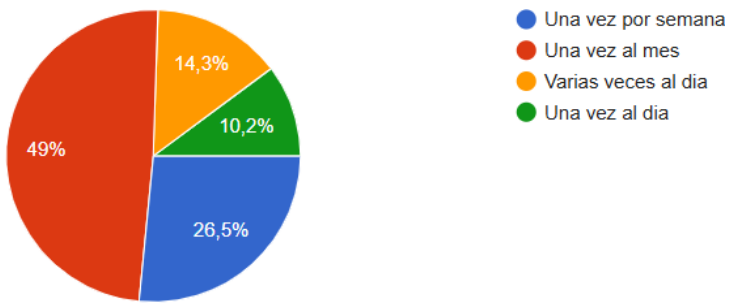
Análisis

Los resultados indican que una parte importante de los estudiantes utiliza siempre o con frecuencia más de una red social para contrastar una misma noticia. Este comportamiento demuestra una actitud más crítica frente a la información recibida, ya que existe un interés por verificar los contenidos antes de aceptarlos como verdaderos. Sin embargo, también se observa que algunos estudiantes realizan esta práctica de manera ocasional, lo que evidencia que la verificación de la información aún no se ha consolidado como un hábito en todos los participantes. Los datos reflejan la necesidad de fortalecer competencias relacionadas con la evaluación y contrastación de fuentes informativas.

6.- ¿Comparte noticias en redes sociales con regularidad?

Figura 6

Compartición de noticias



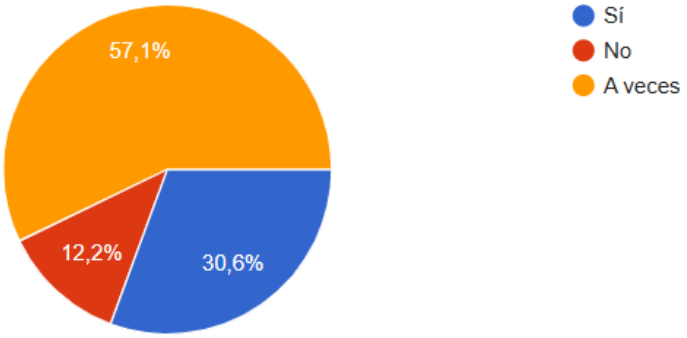
Análisis

Los resultados muestran que compartir noticias en redes sociales es una práctica frecuente entre los estudiantes encuestados. La mayor proporción de participantes indicó que realiza esta actividad varias veces al mes, seguida de quienes lo hacen una vez por semana, mientras que un grupo menor señaló compartir noticias diariamente. Estos hallazgos evidencian que los estudiantes no solo consumen información en redes sociales, sino que también participan activamente en su difusión. Esto demuestra el papel relevante que desempeñan como usuarios dentro del flujo informativo digital y lo que resalta la importancia de fomentar una cultura de responsabilidad, verificación y análisis antes de poder compartir contenidos para evitar la propagación de información poco confiable.

7.- ¿Confía en las noticias publicadas por cuentas oficiales de medios de comunicación en redes sociales?

Figura 7

Medios de comunicación confiables



Análisis

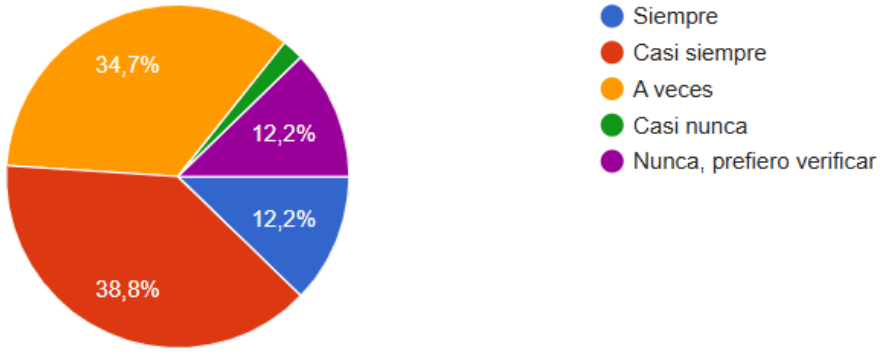
Los hallazgos reflejan que la mayoría de estudiantes confía en noticias publicadas por cuentas oficiales de medios de comunicación solo en determinadas ocasiones. Mientras una parte importante manifestó tener más confianza en ese tipo de contenido, un grupo reducido expresó desconfianza. Estos datos indican que, aunque los medios de comunicación mantienen

un nivel considerable de credibilidad entre los participantes, esta confianza no es absoluta. Los estudiantes tienden a evaluar y analizar la información antes de aceptarla como verdadera, lo que refleja una actitud más crítica frente a los contenidos difundidos en redes sociales.

8.- ¿En qué medida suele confiar en una noticia cuando presenta un alto número de reacciones (me gusta, comentarios o compartidos)?

Figura 8

Noticias confiables



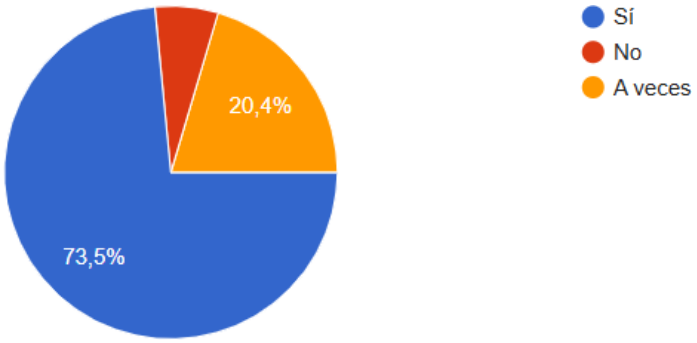
Análisis

Los datos obtenidos indican que la mayoría de los estudiantes no considera que la cantidad de reacciones o interacciones sea un criterio suficiente para confiar plenamente en una noticia. Las respuestas se concentran principalmente entre quienes indicaron confiar solo algunas veces o casi siempre, mientras que una proporción menor señaló confiar siempre en contenidos con mayor nivel de interacción. Además, un grupo de participantes manifestó que prefiere verificar la información antes de considerarla confiable. Estos hallazgos sugieren que los estudiantes reconocen que la popularidad de un contenido no garantiza su veracidad y refleja una postura más reflexiva y critica frente a la información difundida en redes sociales.

9.- ¿Verifica la fuente de una noticia antes de creerla o compartirla?

Figura 9

Noticias Compartidas



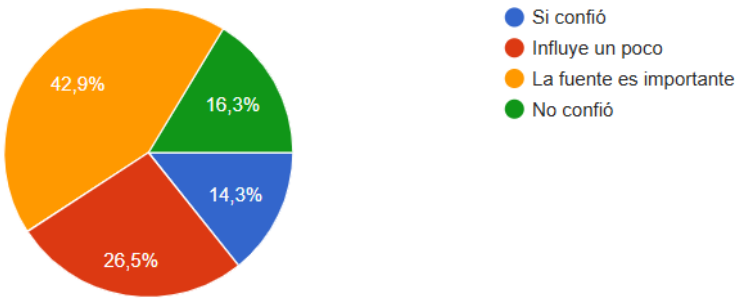
Análisis

Los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes verifica la fuente de una noticia antes de creerla o compartirla. Esto evidencia una actitud responsable frente al consumo de información en redes sociales y un interés por confirmar la procedencia de los contenidos antes de difundirlos. Sin embargo, una parte menor de los participantes indicó que realiza esta práctica solo en determinadas ocasiones, lo que sugiere que la verificación de fuentes aún no constituye un hábito constante para todos los encuestados. En conjunto, los datos reflejan una tendencia favorable hacia el análisis crítico de la información y la evaluación de contenido antes de difundir o compartir.

10.- ¿Confía más en noticias compartidas por personas cercanas (amigos o familiares) que en aquellas publicadas por cuentas desconocidas?

Figura 10

Cuentas Desconocidas



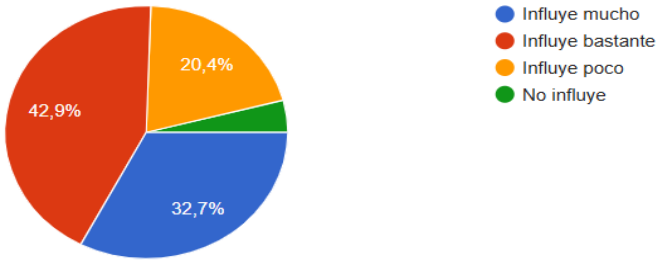
Análisis

Los resultados evidencian que los estudiantes otorgan mayor credibilidad a las noticias compartidas por personas cercanas que a aquellas difundidas por cuentas desconocidas. La mayoría considera que la fuente que comparte la información influye en el nivel de confianza que genera una noticia. Este hallazgo demuestra que las relaciones personales continúan desempeñando un papel importante en la percepción de credibilidad dentro de los entornos digitales. No obstante, también se observa que algunos estudiantes mantienen una postura más cautelosa y prefieren analizar la información independientemente, sin basar su criterio por quien lo comparte.

11.- ¿Hasta qué punto la apariencia visual (diseño o presentación) de una publicación influye en su percepción de credibilidad?

Figura 11

Diseño y Presentación



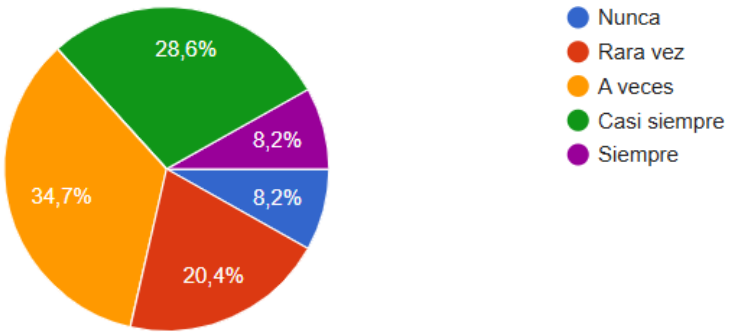
Análisis

Los hallazgos indican que la presentación visual de una publicación influye en la percepción de credibilidad de una parte importante de los estudiantes. La mayoría considera que el diseño influye bastante o mucho en la confianza que genera un contenido, lo que indica que aspectos como organización, calidad gráfica y apariencia profesional pueden contribuir a que una noticia sea percibida como más confiable. Sin embargo, los datos también sugieren que los estudiantes no basan su valoración únicamente en el aspecto visual, sino que reconocen la importancia de considerar otros elementos relacionados con calidad y veracidad de la información.

12.- ¿Prefiere acceder a noticias mediante enlaces a medios reconocidos antes que únicamente a textos compartidos en redes sociales?

Figura 12

Medios Reconocidos



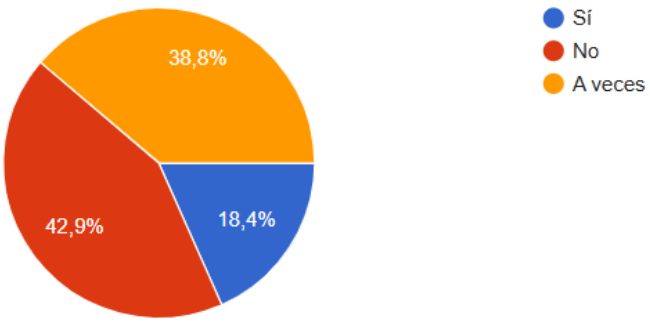
Análisis

Los hallazgos indican que la presentación visual de una publicación influye en la percepción de credibilidad de una parte importante de los estudiantes. La mayoría considera que el diseño influye bastante o mucho en la confianza que genera un contenido, lo que indica que aspectos como organización, calidad gráfica y apariencia profesional pueden contribuir a que una noticia sea percibida como más confiable. Sin embargo, los datos también sugieren que los estudiantes no basan su valoración únicamente en el aspecto visual, sino que reconocen la necesidad de considerar otros elementos relacionados con calidad y veracidad de la información.

13.- ¿Considera que la mayoría de las noticias que se vuelven virales en redes sociales son verídicas?

Figura 13

Noticias verídicas en redes



Análisis

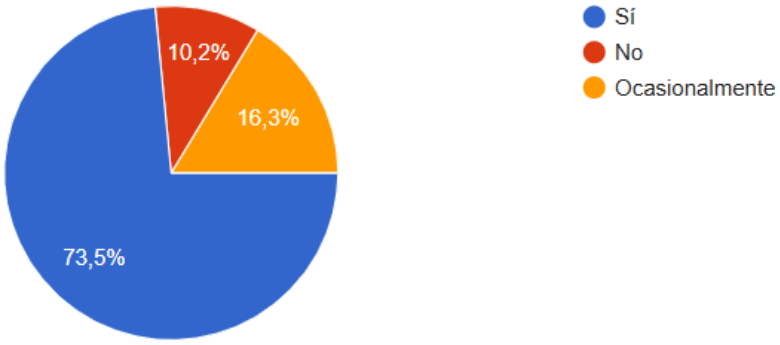
Los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes prefiere consultar noticias provenientes de medios reconocidos, ya sea siempre, casi siempre o con frecuencia. Esto indica que los participantes valoran la credibilidad y el respaldo institucional de las fuentes informativas al momento de acceder a contenidos noticiosos. Aunque existe un grupo menor

que rara vez o nunca prioriza este tipo de medios, la tendencia general refleja una inclinación hacia fuentes que ofrecen mayor nivel de confianza y verificación de la información

14.- Antes de compartir una noticia, ¿verifica su contenido en al menos otra fuente?

Figura 14

Verificación de contenido



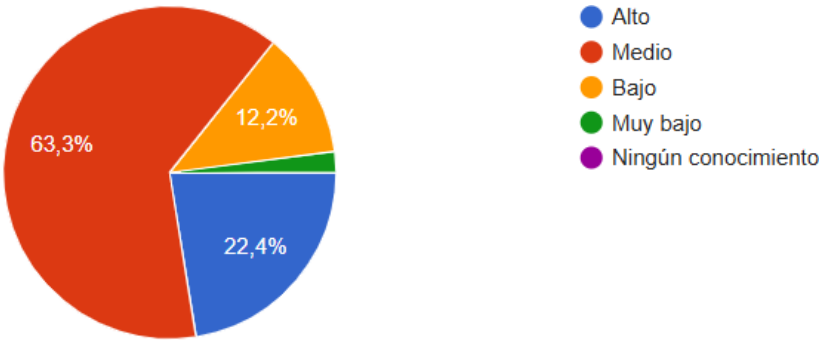
Análisis

Los datos obtenidos reflejan que la mayoría de los estudiantes verifica la información en otra fuente antes de compartir una noticia. Este comportamiento evidencia una preocupación por confirmar la veracidad de los contenidos y reducir el riesgo de difundir información incorrecta. Sin embargo, una parte menor de los participantes realiza esta verificación solo de manera ocasional o no la realiza, lo que indica que todavía existen diferencias en los hábitos de comprobación de información entre los encuestados. En general, los datos reflejan una tendencia favorable hacia prácticas responsables de consumo y difusión de noticias.

15.- ¿En qué medida considera que posee conocimientos básicos para verificar imágenes o videos mediante herramientas digitales (por ejemplo, búsqueda inversa)?

Figura 15

Verificación de imágenes



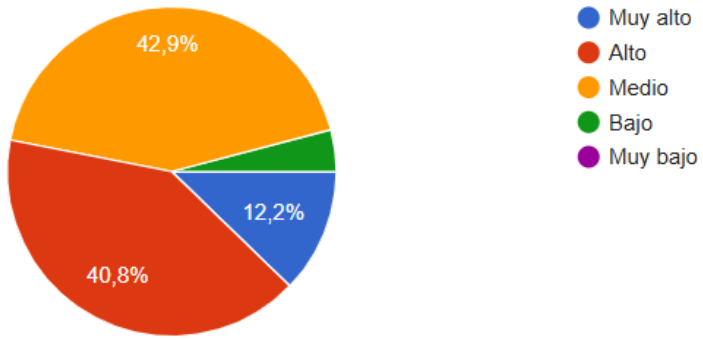
Análisis

Los resultados indican que la mayoría de los estudiantes considera que posee un nivel medio de conocimientos para verificar imágenes y videos mediante herramientas digitales. Un grupo menor manifiesta tener un nivel alto, mientras que pocos participantes reconocen contar con conocimientos bajos o muy bajos. Estos hallazgos sugieren que los estudiantes poseen nociones básicas sobre verificación digital, aunque aún existe la necesidad de fortalecer sus competencias en el uso de herramientas especializadas que les permitan identificar contenidos manipulados o información engañosa con mayor precisión.

16.- ¿Hasta qué punto puede identificar señales de posible manipulación informativa, como inconsistencias en el contenido o ausencia de fuentes claras?

Figura 16

Manipulación informativa



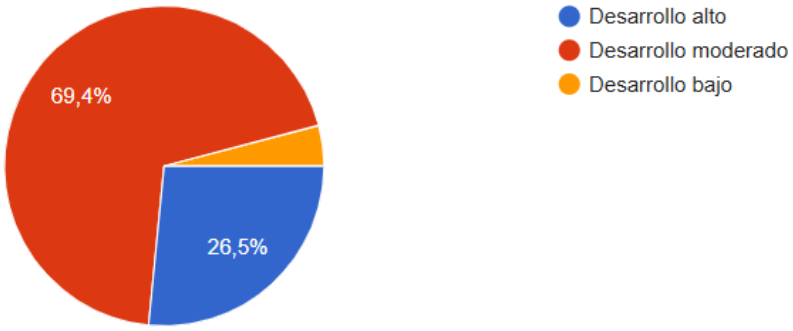
Análisis

Los hallazgos muestran que la mayoría de los estudiantes considera que posee un nivel medio o alto para identificar señales de posible manipulación informativa. Esto indica que los participantes cuentan con criterios básicos para detectar contenidos que presentan inconsistencias o carecen de fuentes confiables. Sin embargo, la presencia de un grupo reducido con niveles bajos de identificación evidencia que no todos poseen las mismas capacidades para reconocer información potencialmente engañosa. En conjunto, los datos reflejan que existe una base de habilidades críticas, aunque aún es necesario fortalecer estas competencias para mejorar la evaluación de contenidos digitales

17.- ¿En qué medida ha desarrollado habilidades para contrastar información digital a partir de su formación académica y experiencia personal?

Figura 17

Formación Académica



Análisis

Los datos obtenidos reflejan que la mayoría de los estudiantes considera que ha desarrollado de manera moderada sus habilidades para contrastar información digital. Además, una parte importante señala haber alcanzado un nivel de desarrollo alto, mientras que solo una minoría percibe un nivel bajo. Estos hallazgos sugieren que la formación académica y la experiencia personal han contribuido al fortalecimiento de capacidades relacionadas con la verificación y comparación de información. No obstante, los resultados también muestran la necesidad de continuar reforzando estas habilidades para alcanzar niveles más avanzados de análisis crítico.

18.- ¿Conoce plataformas o iniciativas nacionales o internacionales dedicadas a la verificación de información (fact-checking)?

Figura 18

Plataformas iniciativas



Análisis

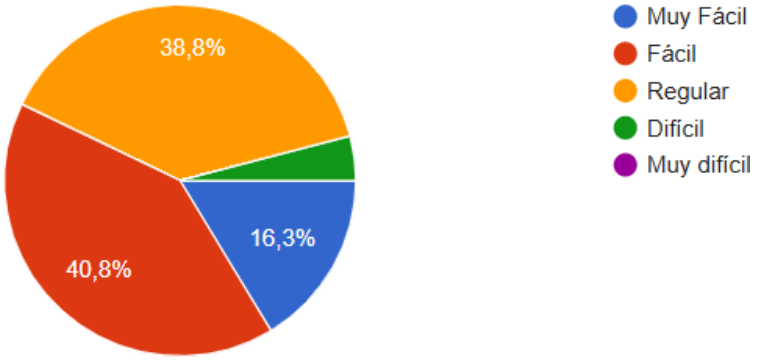
Los resultados evidencian que la mayoría de estudiantes tiene algún grado de conocimiento sobre plataformas o iniciativas de verificación de información. Una parte significativa afirma conocerlas, aunque no las utiliza con frecuencia, mientras que otro grupo señala haber escuchado hablar de ellas sin identificar organizaciones específicas. Asimismo, se observa que pocos estudiantes desconocen completamente este tipo de herramientas. Estos hallazgos indican que existe familiaridad con los recursos de fact-checking, pero también evidencian la necesidad

de promover un mayor uso práctico de estas plataformas como apoyo para la verificación de contenidos informativos

19.- ¿Qué tan fácil le resulta distinguir entre contenidos de opinión y noticias informativas en redes sociales?

Figura 19

Comparativa de información



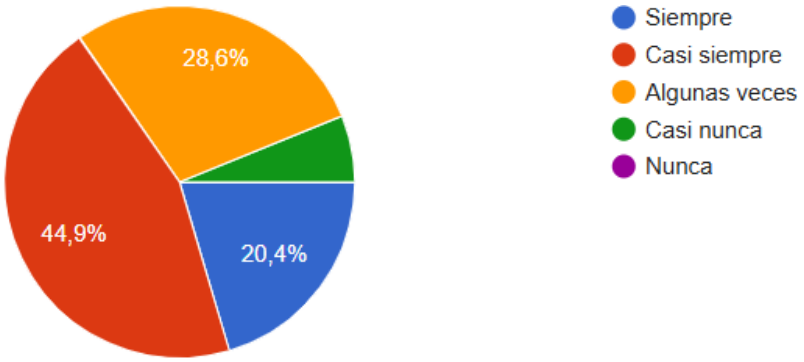
Análisis

Los resultados muestran que la mayoría de estudiantes considera que resulta fácil o regularmente fácil diferenciar entre contenidos de opinión y noticias informativas en redes sociales. Esto indica que los participantes poseen criterios básicos para identificar las características de cada tipo de contenido y evitar confundir opiniones personales con información noticiosa. Sin embargo, también existe un grupo reducido que manifiesta dificultades para realizar esta distinción, lo que evidencia la necesidad de seguir fortaleciendo competencias relacionadas con alfabetización mediática y análisis crítico de información

20.- ¿Con qué frecuencia utiliza más de una fuente antes de considerar una noticia como verdadera?

Figura 20

Frecuencias de veracidad



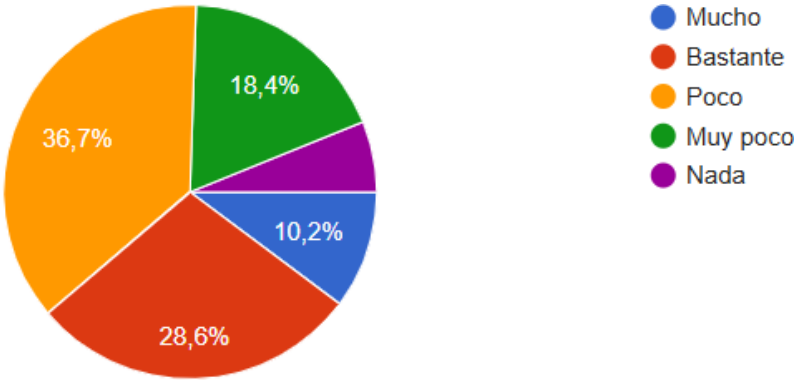
Análisis

Los hallazgos reflejan que la mayoría de estudiantes consulta más de una fuente antes de considerar una noticia como verdadera. La frecuencia con que realizan esta práctica demuestra una actitud orientada a la verificación de información y a la búsqueda de mayor certeza sobre los hechos. Aunque algunos participantes indicaron que solo realizan esta comprobación de manera ocasional, la tendencia general refleja una preocupación por contrastar contenidos antes de aceptar su veracidad. Este comportamiento constituye un indicador positivo de pensamiento crítico frente a la información difundida en redes sociales.

21.- ¿En qué medida las noticias que consume en redes sociales influyen en su estado de ánimo?

Figura 21

Estado anímico



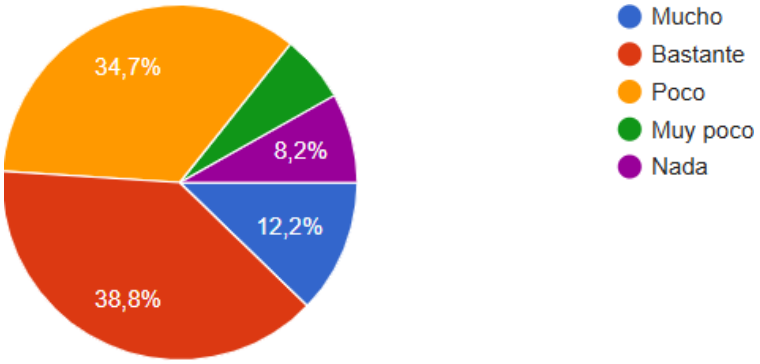
Análisis

Los resultados muestran que las noticias consumidas en redes sociales tienen algún grado de influencia en el estado de ánimo de la mayoría de estudiantes. Las respuestas se concentran principalmente en categorías de influencia moderada y alta, que indica que la información que circula en estos espacios digitales puede generar reacciones emocionales y afectar la percepción de acontecimientos de actualidad. Aunque una parte menor considera que esta influencia es reducida o inexistente, los datos reflejan que el consumo informativo en redes sociales tiene un impacto significativo en el bienestar emocional de los participantes.

22.- ¿Hasta qué punto siente que la sobreexposición a noticias en redes sociales afecta su capacidad de concentración?

Figura 22

Sobreexposición a noticias



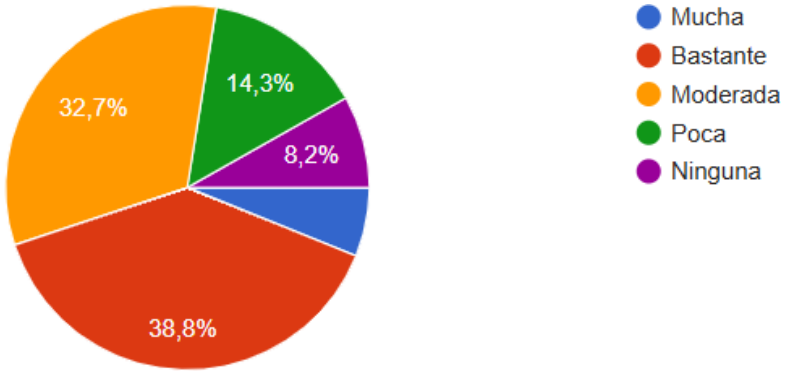
Análisis

Los datos obtenidos indican que una proporción importante de estudiantes considera que la sobreexposición a noticias en redes sociales afecta su capacidad de concentración. La mayoría señala experimentar este efecto en un nivel moderado o alto, lo que sugiere que la constante recepción de información puede generar distracciones y dificultar la atención en otras actividades académicas o personales. Aunque algunos participantes perciben una afectación menor, los hallazgos muestran que la saturación informativa constituye una situación presente entre estudiantes y que puede influir en su desempeño diario.

23.- ¿En qué medida la presencia de desinformación en redes sociales le genera incertidumbre respecto a temas académicos?

Figura 23

Incertidumbre en temas académicos



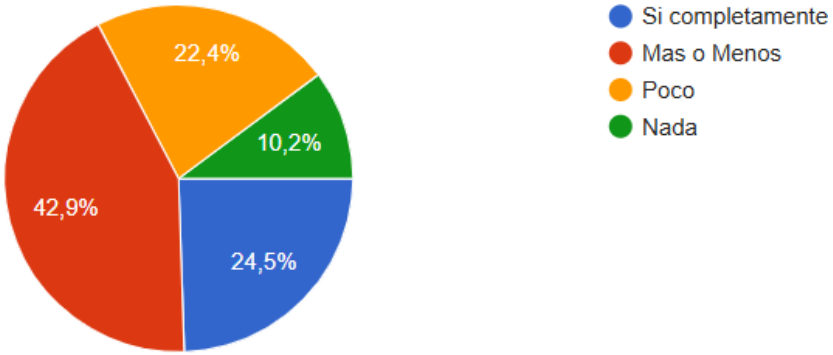
Análisis

Los resultados muestran que la desinformación en redes sociales genera incertidumbre en una parte importante de estudiantes cuando buscan información relacionada con temas académicos. La mayoría de encuestados indicó experimentar este efecto en niveles moderados o altos, lo que evidencia que la circulación de contenidos poco confiables puede dificultar la identificación de información válida para sus actividades de estudio. Estos hallazgos reflejan la importancia de fortalecer habilidades de búsqueda, selección y evaluación de fuentes para reducir el impacto de la desinformación en el ámbito académico.

24.- ¿Ha modificado su comportamiento informativo (por ejemplo, compartir menos contenidos) después de conocer sobre la desinformación o las fake news?

Figura 24

Fake-news



Análisis

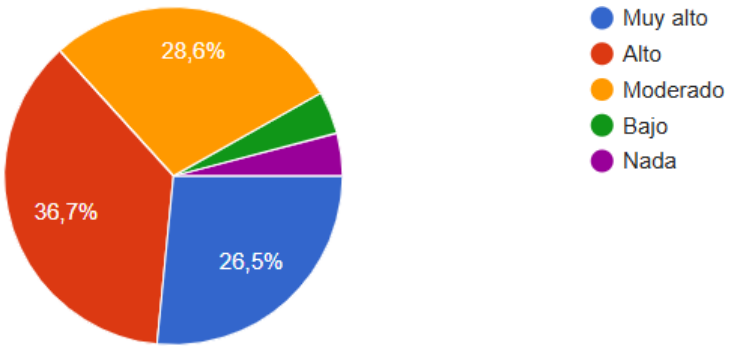
Los hallazgos muestran que la mayoría de estudiantes ha realizado cambios en su comportamiento informativo después de conocer los riesgos asociados a la desinformación y las noticias falsas. Esto indica una mayor conciencia sobre las consecuencias que puede tener la difusión de información no verificada. Los participantes muestran una tendencia a actuar con

más precaución al consumir y compartir contenidos en redes sociales, lo que refleja una actitud más responsable frente al manejo de la información digital.

25.- ¿Qué nivel de preocupación le genera el uso de inteligencia artificial para la creación de noticias falsas o manipuladas?

Figura 25

Nivel de preocupación frente a noticias falsas



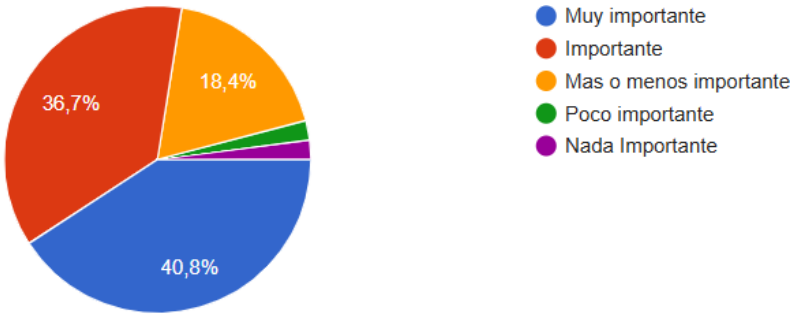
Análisis

Los resultados muestran que el uso de inteligencia artificial para creación de noticias falsas genera preocupación en la mayoría de los estudiantes. Las respuestas se concentran principalmente en los niveles moderado y alto de preocupación, lo que evidencia que los participantes reconocen los riesgos que estas tecnologías pueden representar para la veracidad de información. Este hallazgo refleja una creciente conciencia sobre los desafíos que enfrenta la sociedad ante la facilidad con la que pueden generarse contenidos manipulados que aparentan ser reales

26.- ¿En qué medida considera importante incorporar contenidos de alfabetización mediática dentro de su proceso de formación profesional?

Figura 26

Importancia de contenidos



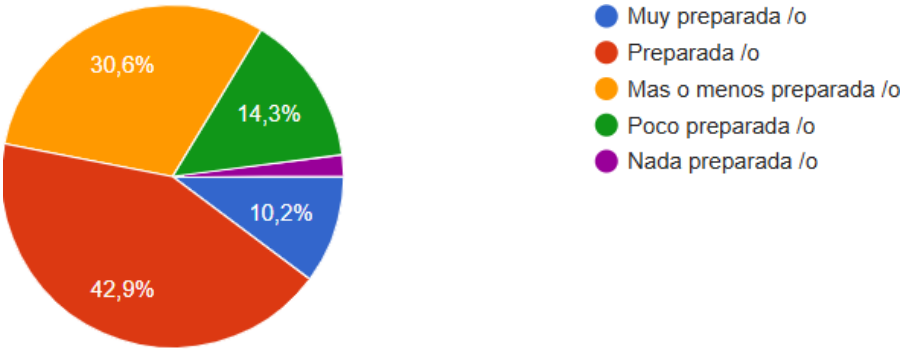
Análisis

Los resultados evidencian que los estudiantes consideran importante la incorporación de contenidos de alfabetización mediática en su formación profesional. La mayoría de los participantes calificó esta necesidad como importante o muy importante, que demuestra un interés por fortalecer sus capacidades para analizar, evaluar y verificar información en entornos digitales. Estos hallazgos sugieren que los estudiantes reconocen la relevancia de adquirir herramientas que permitan enfrentar de manera crítica los desafíos informativos presentes en las redes sociales y medios digitales.

27.- ¿Qué tan preparado se siente para orientar a otras personas sobre la verificación de noticias?

Figura 27

Nivel de información



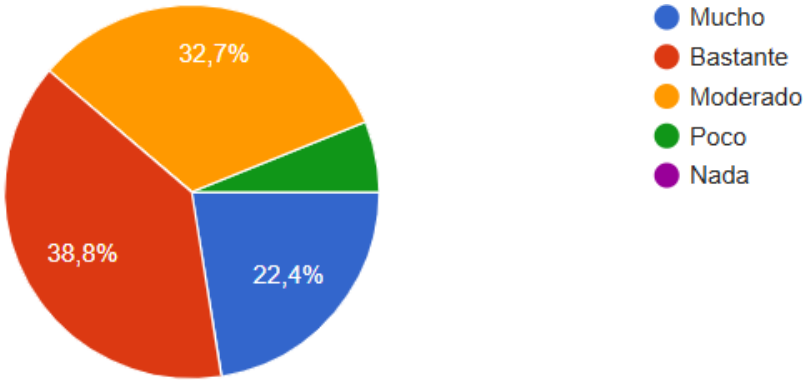
Análisis

Los datos obtenidos indican que la mayoría de estudiantes, se considera preparado o moderadamente preparado para orientar a otras personas sobre la verificación de noticias. Esto evidencia que perciben contar con conocimientos básicos y criterios para identificar información confiable y promover buenas prácticas de verificación. Sin embargo, también se observa que un grupo de estudiantes se siente poco preparado para desempeñar esta función, lo que indica la necesidad de continuar fortaleciendo las competencias relacionadas con la alfabetización mediática y verificación de información. En general, los datos reflejan confianza en las capacidades adquiridas, aunque con margen para seguir mejorándolas.

28.- ¿Hasta qué punto considera que las redes sociales contribuyen a democratizar el acceso a la información?

Figura 28

Democratización de redes



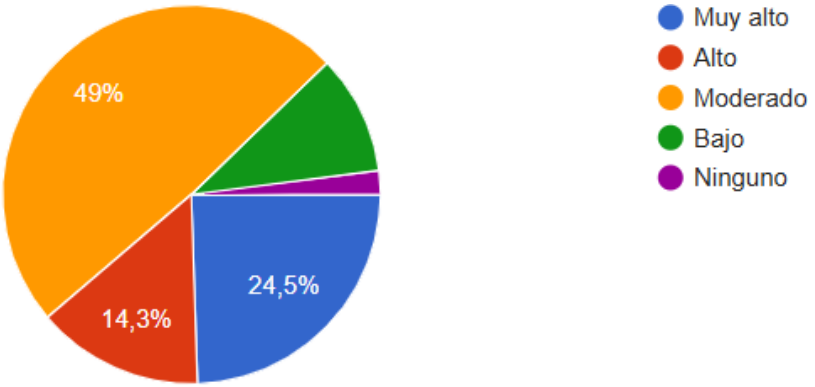
Análisis

Los hallazgos reflejan que la mayoría de estudiantes considera que las redes sociales contribuyen de manera importante al acceso a información. Las respuestas se concentran principalmente en los niveles de valoración alta y moderada, que indica que los participantes reconocen el papel de estas plataformas para facilitar la circulación de contenidos informativos y ampliar las posibilidades de acceso a distintas fuentes. Aunque algunos estudiantes perciben una contribución menor, la tendencia general refleja una valoración positiva de las redes sociales como espacios que favorecen la disponibilidad y difusión de información.

29.- ¿Qué nivel de interés tiene en participar en talleres prácticos sobre verificación de información?

Figura 29

Talleres Prácticos



Análisis

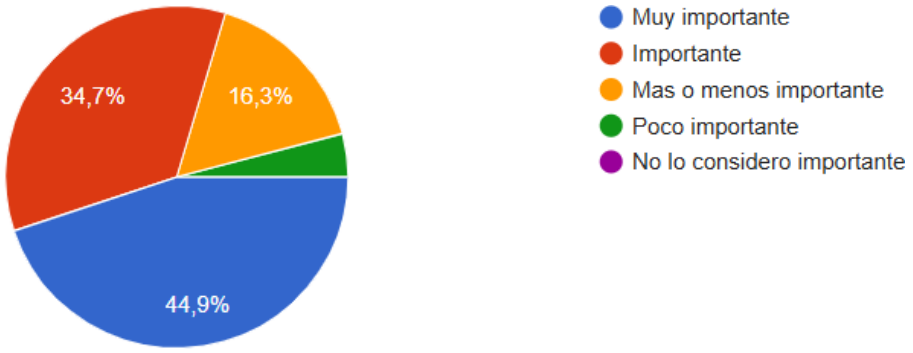
Los datos obtenidos indican un elevado interés de estudiantes por participar en talleres prácticos relacionados con verificación de información. La mayoría de encuestados manifestó niveles de interés moderado, alto o muy alto, que evidencia una disposición favorable para fortalecer sus conocimientos y habilidades en esta área. Este hallazgo sugiere que existe una demanda de espacios formativos que permitan desarrollar competencias para identificar

información falsa, contrastar fuentes y realizar procesos de verificación en entornos digitales. Los datos reflejan que la formación práctica sobre verificación constituye una necesidad reconocida por los propios estudiantes.

30.- ¿En qué medida considera pertinente que las instituciones de educación superior establezcan vínculos con medios de comunicación o iniciativas de verificación para fortalecer la formación estudiantil?

Figura 30

Vínculos con medios de comunicación



Análisis

Los resultados muestran que los estudiantes consideran pertinente que las instituciones de educación superior establezcan alianzas con medios de comunicación e iniciativas especializadas en verificación de información. Los resultados obtenidos buscan complementar la formación académica con vivencias prácticas y con conocimiento actualizado sobre el adecuado manejo de la información. Los participantes indican que la cooperación entre la universidad y organizaciones especializadas para fortalecer las competencias que van relacionadas al análisis de forma crítica, la verificación de contenido y la desinformación.

3.2 Discusión

Los resultados permiten entender que las redes sociales han modificado las practicas del uso del consumo informativo, de los estudiantes de Comunicación de la Línea de la Universidad Técnica del Norte. El análisis conjunto de los datos de la encuesta, de las entrevistas a los especialistas y de los referentes teóricos permite indicar que las plataformas digitales se han establecido en una fuente habitual para el acceso a información. Además, se considera el impacto en la forma en que los comunicadores del futuro buscarán, procesarán y distribuirán la información.

En cuanto a la primera interrogante en la investigación, orientada a conocer e identificar qué redes sociales utilizan mayormente para acceder a noticias informativas, Instagram y TikTok

ocupan un primer lugar dentro de las preferencias de los estudiantes. De la misma manera, estos hallazgos coincidieron con las posturas que los profesionales entrevistados. Destacaron cómo las nuevas generaciones consumen información especialmente a través de plataformas que tienen imágenes y dinámicas y donde es posible acceder a los contenidos al instante. En este sentido, las redes sociales han dejado de ser espacios exclusivamente de entretenimiento para convertirse en canales de información que compiten con los medios tradicionales.

Esta realidad puede interpretarse a partir de los planteamientos de Scolari (2018), quien sostiene que las audiencias contemporáneas desarrollan formas de consumo mediático caracterizadas por la digitalización, interactividad y preferencia de formatos audiovisuales, interactividad y preferencia por formatos audiovisuales. Los resultados obtenidos confirman esta transformación, ya que los estudiantes priorizan plataformas que integran texto, imagen, audio y video en un mismo entorno comunicativo. Esto significa que el acceso a la información ya no está condicionado por horarios de transmisión o publicación, sino por la capacidad de las plataformas digitales para ofrecer contenidos actualizados de manera permanente.

En relación con los hábitos de consumo informativo, las respuestas de los estudiantes indican que suelen consultar noticias con frecuencia, que usan simultáneamente varias redes sociales y que prefieren contenidos breves, visuales y que se entiendan rápido. Este mismo comportamiento fue reconocido por los encuestados, que afirmaron que la velocidad en la que circulan la información generó cambios en las formas de leer y de procesar contenido. Según analistas, la audiencia actual busca estar informada en el menor tiempo posible, por lo tanto, se están potenciando cada vez más la creación de formatos breves y audiovisuales.

Desde un enfoque analítico, se observa una alteración en el consumo informativo que se produce en conformidad con las condiciones propias del ecosistema digital actual. Por una parte, hay que destacar como un mérito el que ahora la información se puede tener en el momento deseado. Por lo tanto, se puede pensar como una dificultad que restringe un análisis y entendimiento crítico del hecho. Además, la velocidad con la que se difunde el contenido puede favorecer los procesos informativos, aunque al mismo tiempo puede limitar la reflexión y el contraste de las fuentes, los cuales son elementos fundamentales dentro de la comunicación.

En lo que hace a la credibilidad de la información, se observa que los estudiantes adoptan una "actitud" más bien crítica hacia los contenidos que circulan en redes sociales. Si bien una gran proporción considera fidedignas las publicaciones de medios conocidos o cuentas oficiales, la mayoría afirma que siempre se debe contrastar la información antes de compartirla.

Estos hallazgos guardan relación con los planteamientos de Flanagin y Metzger (2020), quienes sostienen que la credibilidad digital depende de elementos como la reputación de la fuente, la calidad de la información y las evidencias que respaldan los contenidos publicados. Asimismo, Tandoc (2019) explica que las personas suelen otorgar mayor confianza a contenidos compartidos por fuentes conocidas o cercanas, situación que también se observó en los resultados de esta investigación. Los hallazgos se correspondieron con los aportes teóricos. La credibilidad en ámbitos digitales no reside únicamente en lo que dice el contenido, sino también en la confianza que puede conceder quien lo emite.

Los resultados fueron que los estudiantes consideran relevante comparar la información antes de transmitirla. No obstante, se notaron también ciertas limitaciones en el conocimiento y uso de algunas herramientas para verificar contenidos digitales. Los profesionales entrevistados indicaron que esto suele ser una vulnerabilidad común entre los usuarios jóvenes. Aunque generalmente se verifica información de manera instintiva, no sucede lo mismo con las metodologías sistematizadas de veracidad.

Todo esto coincide con lo que han planteado Kovach y Rosenstiel (2021), quienes verifican que la primera condición del periodismo es la verificación y que esta verificación es lo que permitirá que sea un garante de la calidad informativa. De igual manera, la International Fact-Checking Network (2023), comenta que la verificación de datos resulta tan importante como su difusión y constituye un recurso fundamental para frenar la propagación de contenidos falsos. A través de estos aportes y los resultados obtenidos se puede afirmar que existe una toma de conciencia generalizada frente a la necesidad de verificar información, aunque se observa un desfase que logra su aplicación, por carencia de formación.

Un aspecto relevante que surge de la investigación tiene que ver con los riesgos de la desinformación. Los estudiantes confirman la existencia de la fake news en las redes sociales y se muestran preocupados por el efecto que estas pueden generar en la opinión pública. De manera similar, los resultados evidencian preocupación hacia el uso de herramientas de inteligencia artificial para la creación de contenidos manipulados, en especial imágenes, vídeos y audios que serían capaces de simular hechos imaginarios. Esta percepción fue compartida por los entrevistados, quienes señalaron que el avance tecnológico ha incrementado la complejidad de los procesos de verificación y ha generado nuevos desafíos para el ejercicio periodístico.

Los hallazgos obtenidos coinciden con los planteamientos de Wardle y Derakhshan (2017), quienes explican que la desinformación encuentra en las plataformas digitales un entorno favorable para su rápida difusión. De igual manera, McIntyre (2018), advierte que la posverdad fortalece la influencia de factores emocionales sobre la valoración objetiva de los hechos. La relación entre teoría y hallazgos nos permite interpretar que la desinformación no es solo un problema tecnológico, sino también un problema educativo y social que requiere fortalecer las capacidades críticas de los ciudadanos para que sean capaces de detectar el contenido engañoso y tomar decisiones informadas.

En cuanto a la formación profesional de los futuros comunicadores, los resultados indican un valor positivo hacia la integración de los contenidos que se relacionen con el aprendizaje mediático, verificación digital y análisis crítico de la información. Los estudiantes consideran que estas competencias son necesarias para afrontar los desafíos comunicativos del entorno digital, mientras que los especialistas entrevistados coinciden en que la formación universitaria debe responder a las transformaciones tecnológicas que caracterizan el actual ecosistema mediático.

.Estos resultados se relacionan con las propuestas de la UNESCO (2023), que reconoce la alfabetización mediática e informacional como una competencia indispensable para la ciudadanía digital. Autores como Ferrés y Piscitelli (2012), afirman que la competencia mediática implica la capacidad de interpretar críticamente los mensajes, evaluar la calidad de

las fuentes y comprender los procesos de producción informativa. Desde este punto de vista, la formación de comunicadores no debe limitarse a dominar técnicamente las herramientas digitales, sino que debe fortalecer capacidades analíticas, éticas y críticas para hacer frente a los desafíos derivados de la sobreinformación y la desinformación.

Conforme a la pregunta general de la investigación, es posible concluir que las redes sociales inciden en el consumo de información noticiosa de los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte, ya que se ha convertido en el espacio principal de acceso, consulta e interacción con los contenidos informativos. Por su acceso inmediato a la noticia y las posibilidades de participación e interacción con la información, llevan al consumo noticioso. Sin embargo, también ayudan a que la gente acceda a información errónea, sesgada o falsa.

Esto quiere decir que a partir de un proceso de triangulación se concluye que los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte obtienen su información noticiosa principalmente en redes sociales. Esto coincide con la información brindada en las entrevistas y provenientes de las referencias teóricas. Esto es porque acceden a hechos oportunos de forma rápida, amplia, accesible e inmediata. Aún así, las evidencias también reflejan que este espacio permite el acceso a contenidos falsos, sesgados o no verificados, además que los estudiantes presentan dificultades en comprobar la veracidad y pertinencia de las noticias.

Tanto los estudiantes como los expertos concuerdan que el acceso constante a la información requiere un mayor desarrollo de habilidades para analizar críticamente los contenidos, comprobar datos y examinar información confiable. En este sentido, los resultados señalan que la formación de los futuros comunicadores debe ir más allá de la guía técnica de las plataformas digitales, agregando competencias en alfabetización mediática, pensamiento crítico y verificación de información. Estas capacidades son esenciales para ejercer una comunicación ética, responsable y comprometida con la calidad informativa, permitiendo a los profesionales enfrentar de manera conveniente los retos que plantea el actual ecosistema digital.

CAPITULO IV

PROPUESTA

4.1 Justificación

En la actualidad, el consumo de información por redes sociales se ha instalado como una práctica habitual entre los estudiantes universitarios, especialmente en el área de la comunicación. Esta realidad ha cambiado la manera en que los usuarios acceden a las noticias, las interpretan y las comparten, creando nuevas dinámicas informativas marcadas por la inmediatez y la constante actualización de contenidos.

Sin embargo, este entorno digital también deja a los estudiantes expuestos a informaciones no contrastadas, contenidos engañosos y noticias falsas que pueden condicionar la calidad de los conocimientos que obtienen a lo largo de su formación académica. Esta situación pone en evidencia la necesidad de fortalecer habilidades como la alfabetización mediática, el pensamiento crítico y la verificación de la información, fundamentales para un uso responsable de los entornos digitales.

En este aspecto, se justifica la elaboración de una guía digital práctica que contribuya a mejorar las competencias informativas de los estudiantes, entregando herramientas que les permitan analizar, evaluar y contrastar la información que consumen en redes sociales. De este modo, se pretende contribuir a la formación de usuarios más críticos y conscientes en el ecosistema informativo actual.

4.2 Nombre de la Propuesta

- **InfoCheck Digital:** Guía práctica para la verificación de información y combate a la desinformación en redes sociales

4.3 Objetivo general de la propuesta

- Diseñar una guía digital práctica que permita fortalecer las competencias de verificación de información en estudiantes de Comunicación en Línea, mediante el uso de herramientas digitales y estrategias de análisis crítico de contenidos informativos.

4.4 Objetivos específicos de la propuesta

- Identificar herramientas digitales confiables para la verificación de información en redes sociales.
- Desarrollar habilidades de análisis crítico frente a contenidos informativos virales.
- Reconocer características de noticias falsas y contenidos manipulados.
- Fomentar el uso responsable de la información en entornos digitales.

4.5 Beneficiarios

Los principales beneficiarios de la propuesta planteada son los estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea que usan las redes sociales como su fuente principal de información. Es una manera directa. Por otro lado, los profesores y la comunidad digital en general son usuarios más críticos y que consumen información con responsabilidad.

4.6 Descripción del producto

La propuesta a presentar tiene como objetivo diseñar una guía digital práctica para fortalecer competencias de verificación de información en los estudiantes de comunicación en línea. Este producto se desarrolla como un recurso pedagógico que busca apoyar el proceso formativo frente a los desafíos que plantea el ecosistema informativo digital.

La guía no surge de una creación de contenidos nuevas sino de una resolución y adaptación de información ya existente en fuentes expertas de verificación de datos, alfabetización mediática y análisis de desinformación. Esta información está seleccionada y organizada didácticamente para su mejor comprensión en el ámbito académico

El contenido integra herramientas digitales, estrategias de fact-checking y orientaciones prácticas que permiten a los estudiantes analizar la veracidad de la información que consumen en redes sociales. Asimismo, ofrece contenidos de fácil comprensión en el que se hace un chequeo de conocimiento previo y, además, se recorre de forma progresiva. Su inclusión permite fácil su utilización en un contexto autónomo o escolar.

De esta forma, la propuesta busca ser un material de apoyo que ayude a generar habilidades críticas, permitiendo que los estudiantes puedan leer, indagar y usar la información con responsabilidad en el ámbito académico y profesional.

4.7 Estructura de la guía

La guía está organizada de forma progresiva para facilitar su comprensión y aplicación:

Introducción a la desinformación en redes sociales

Transformación del consumo informativo en entornos digitales

Importancia de la verificación de la información

Verificadores de contenido

Maldita.es Fact-checkers

Detección de noticias falsas y contenido manipulado

Recursos para verificación de datos y contenido multimedia

Uso de la inteligencia artificial en la verificación de información

Identificación de contenido generado por inteligencia artificial

Estrategias para el consumo responsable de información

Recomendaciones finales para estudiantes de comunicación

Conclusión

Las herramientas y contenidos están basados en fuentes especializadas como:

Maldita.es herramientas de verificación

LatAm Journalism Review desinformación

GIJN contenido generado por IA

Universidad Central herramientas IA periodismo

Consejo de Comunicación Ecuador buenas prácticas

Revista de Comunicación estudio académico

4.8 Uso de la inteligencia artificial en la verificación de información

La inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta útil en el entorno digital actual, ya que facilita búsqueda, el análisis y la verificación de información. En el área de comunicación, esta tecnología ayuda a identificar contenidos posiblemente falsos, detectar imágenes adulteradas y comprobar la veracidad de determinados materiales que circulan en redes sociales.

Sin embargo, y para que sea correcto, su uso debe estar complementado por el criterio humano, ya que la inteligencia artificial por sí sola, no garantiza acertar con la verdad. Por lo tanto, resulta necesario que el estudiantado pueda desarrollar un pensamiento crítico y competencias digitales que le permita interpretar correctamente los contenidos y tomar decisiones informadas.

En este sentido, la inteligencia artificial se presenta como un apoyo importante para la verificación de información, siempre que se utilice de manera responsable y consciente dentro del proceso de análisis digital.

4.9 Enlace y Código QR del producto

La guía digital "**InfoCheck Digital:** Guía práctica para la verificación de información y combate a la desinformación en redes sociales" será alojada en una plataforma digital de acceso abierto, como Canva, con el objetivo de facilitar su consulta por parte de estudiantes, docentes y usuarios en general.

Portada



Link:

https://canva.link/tfk50jwe63w7cs0

tanto

Código QR



CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El estudio realizado logro identificar que las redes sociales se han convertido en una de las principales fuentes de información noticiosa de los estudiantes de comunicación en línea de la Universidad Técnica del Norte. Los resultados de la encuesta que se aplicó a los estudiantes comprobaron el uso frecuente de estas plataformas para informarse. Asimismo, los especialistas entrevistados coincidieron en señalar que el consumo de noticias en redes sociales transforma significativamente la forma de acceso a la información por su rapidez e inmediatez.

En lo que se refiere a las plataformas más utilizadas, los resultados de la encuesta demostraron que Instagram, TikTok y Facebook son las redes sociales con mayor presencia en el consumo de información de los estudiantes. Esto pone de manifiesto una preferencia por espacios digitales que se caracterizan por ser breves, visuales y en constante actualización.

En cuanto a los hábitos de consumo informativo, los resultados evidencian que la mayoría de los estudiantes consulta noticias a diario y consideran que es un recurso frecuente para informarse de lo que sucede. Sin embargo, también hay una tendencia a consumir la información rápidamente, que evita procesos de análisis y reflexión sobre los contenidos consultados.

De acuerdo con los criterios de credibilidad, tienen más confianza en las noticias que son publicadas en las cuentas oficiales o en medios reconocidos. En este sentido, los resultados muestran que la viralidad, la calidad de reacciones o el aspecto visual de una publicación pueden influir en la percepción de credibilidad, aunque no son considerados como factores suficientes para determinar la veracidad de una notica.

Respecto a competencias digitales para verificar, se destacó que reconocen la importancia de contrastar previamente el contenido. Se logró evidenciar tanto las encuestas como las entrevistas que los estudiantes reconocen que las redes sociales influyen en su formación profesional. También aprecian positivamente la inclusión de contenidos sobre alfabetización mediática, pensamiento crítico y verificación digital, ya que consideran que son competencias necesarias para afrontar la problemática informativa del entorno actual.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda fortalecer procesos de alfabetización mediática y digital en la carrera de Comunicación en Línea, con actividades académicas que busquen el análisis crítico de la información, la verificación de fuentes y la identificación de informaciones desinformadas en redes sociales. Esto permitirá que los estudiantes desarrollen competencias para aprovechar las

ventajas de la rapidez al recibir información que ofrecen las redes sociales, sin descuidar los criterios de rigor, contraste y veracidad propios del ejercicio comunicacional.

En relación a las plataformas digitales de mayor presencia en el consumo informativo de los estudiantes, se recomienda que promuevan un análisis académico sobre Instagram, TikTok y Facebook teniendo en cuenta sus características, ventajas y limitaciones como espacio informativo. De este modo, los estudiantes podrán entender el funcionamiento de los diferentes formatos digitales, así como la manera en que estos condicionan la forma de consumir noticias y qué criterios son necesarios para utilizar esas plataformas como herramientas comunicativas dentro de su formación profesional.

En relación con los hábitos de consumo informativos detectados en los que predomina la consulta frecuente de noticias a través de las redes, se recomienda fomentar prácticas de consumo más reflexivo a través de actividades que promuevan la lectura profunda, la comparación entre diferentes fuentes y el análisis del contexto de los hechos. Así, los estudiantes podrán trascender un consumo basado solamente en la inmediatez de los contenidos y tener procesos informativos más críticos y conscientes.

En cuanto a los criterios que los estudiantes utilizan para verificar la información, prefieren la oportunidad de fortalecer la enseñanza de metodologías para evaluar fuentes digitales que tengan en cuenta la procedencia, el recorrido del medio, las evidencias y el contrastado. De aquí en adelante, los comunicadores no asociaran la credibilidad sólo con la popularidad, número de interacciones o alcance de una publicación. Sino que también lo vinculen a la calidad de la información y su fiabilidad.

Con respecto a las competencias digitales que poseen relación con la verificación de información se recomienda la incorporación en la formación universitaria de la carrera herramientas y estrategias concretas mediante talleres o actividades prácticas vinculadas al fact-checking, la búsqueda de fuentes fiables y la detección de contenidos desinformativos. Estudiantes pueden desarrollar así, mayores habilidades para el análisis y verificación de información, antes de compartirla en entornos digitales.

Finalmente, al tener en cuenta que los estudiantes señalan que las redes sociales tienen incidencia en el marco de su formación profesional, se recomienda reforzar los espacios de aprendizaje vinculados con la comunicación digital, la ética informativa y el pensamiento crítico, esto permite que los estudiantes puedan incorporar estas herramientas complementarias en su ejercicio profesional, teniendo un equilibrio entre las posibilidades que ofrecen los medios digitales y la responsabilidad de comunicar información debidamente verificada, contextualizada y de interés público.

5.3 Referencias Bibliográficas

Almansa-Martínez, A., & Fonseca-Andrada, J. (2021). Transformación digital del periodismo y nuevas dietas informativas universitarias. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 45-63. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1502

Alva, M. (2019). *Alfabetización informacional en la educación superior virtual*. Editorial Universitaria.

Amorós, M. (2018). *Fake news: La verdad en tiempos de redes sociales*. Editorial Planeta.

Area, M., & Pessoa, T. (2012). De la solidaridad analógica a la cultura digital: Nuevas competencias. *Comunicar*, *19*(38), 13-20. https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-01 [**Nota:** *Mantenida por coherencia del marco conceptual*]

Arias, F. (2020). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (8.ª ed.). Episteme.

Barquero, M., & Vizcaíno, A. (2021). Consumo de noticias y desinformación en la generación Z: El caso de TikTok. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *27*(4), 1015-1028. https://doi.org/10.5209/esmp.76452

Blanco, J. (2022). *La desinformación como estrategia política en la sociedad red*. Alianza Editorial.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. [**Nota:** *Mantenida por pertinencia teórica directa del marco*]

Díaz Posligua, J., & Vélez Álava, M. (2024). Consumo informativo y redes sociales en estudiantes de comunicación de las universidades públicas del norte ecuatoriano. *Revista Científica UISRAEL*, *11*(1), 89-106. https://doi.org/10.35290/rcui.v11n1.2024.982

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, *19*(38), 75-82. https://doi.org/10.3916/C38-2012-03-02 [**Nota:** *Mantenida por exigencia analítica del estudio*]

Flores, J., & Salinas, C. (2020). *Periodismo e inteligencia artificial: El fact-checking automatizado*. Fragua.

García-Galera, C., Del-Olmo-Barbero, J., & Fernández-Muñoz, C. (2020). El consumo de información en los jóvenes: Motivaciones y desinterés hacia los medios tradicionales. *AdComunica*, (19), 153-172. https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.9

Gómez-Calderón, B., Roses, S., & Paniagua-Rojano, F. (2017). Los estudiantes de periodismo y comunicación ante las noticias falsas: Percepciones y hábitos de consumo. *Doxa Comunicación*, (25), 143-165. https://doi.org/10.31921/doxa.n25.a7

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Hurtado de Barrera, J. (2019). *El proyecto de investigación de corte analítico* (5.ª ed.). Quirón Ediciones.

López-García, X., Silva-Rodríguez, A., & Vizoso, A. (2019). El impacto de las redes sociales en las dietas informativas de los jóvenes universitarios. *Profesional de la Información*, *28*(5), e280518. https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.18

Martínez, R. (2023). *Estrategias de verificación forense digital en la academia contemporánea*. Ediciones Cátedra.

Palella, S., & Martins, F. (2017). *Metodología de la investigación cuantitativa* (4.ª ed.). FEDUPEL.

Pérez Tornero, J. M., & Varis, T. (2012). *Alfabetización mediática y nuevo humanismo*. UNESCO. [**Nota:** *Mantenida por exigencia histórica del marco teórico*]

Pinto, M., & Guerrero-Quesada, T. (2017). La evaluación de competencias informacionales en la educación superior: Modelos e instrumentos analíticos. *Investigación Bibliotecológica*, *31*(73), 115-138. https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2017.73.57850

Romero-Rodríguez, L., & Aguaded, I. (2022). *Consumo informativo, fake news y desinformación: Una mirada desde la alfabetización mediática*. Octaedro.

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. (2020). Implicaciones de las noticias falsas en la percepción pública: Un estudio comparado. *Revista de Comunicación*, *19*(2), 269-284. https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A15

Sampieri, R., & Torres, M. (2018). *El diseño de investigaciones mixtas en las ciencias de la comunicación*. Editorial Trillas.

Scolari, C. (2018). *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Editorial Gedisa.

Siemens, G. (2016). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital* (M. Caeiro, Trad.). Ediciones de la U.

Tejedor, S., & Cervi, L. (2021). Análisis del consumo de noticias de los estudiantes universitarios en la era de la posverdad. *Icono 14*, *19*(2), 244-268. https://doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1673

Torres, J. (2022). *La trampa de la inmediatez: Algoritmos y el fin del control editorial*. Siglo XXI Editores.

UNESCO. (2021). *Periodismo, libertad de prensa y los desafíos de la desinformación global*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J., & Miranda, J. (2019). El consumo de noticias en redes sociales y su impacto en la verificación de hechos. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *24*(4), 175-192. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz009

Vizcaíno-Verdú, A., & Guzñay-Anilema, M. (2023). Hábitos de prosumo noticioso e infoxicación en jóvenes estudiantes del Ecuador. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (152), 87-104. https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i152.4890

5.4 Apéndice

Anexos

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A EXPERTOS

Tema: Uso de redes sociales como fuente de información noticiosa en estudiantes de la carrera de Comunicación en Línea (UTN)
Dirigida a: Expertos en comunicación y periodistas

Duración estimada: 30–45 minutos.

La entrevista semiestructurada fue elaborada con la finalidad de conocer la percepción de los expertos sobre la utilización de redes sociales como fuente de información en los comunicadores. Se abordaron las costumbres de consumo, la credibilidad de los contenidos, el proceso de verificación y la posibilidad de impacto emocional de los profesionales en la formación de su perfil profesional. Todo esto para complementar los datos cuantitativos por medio de triángulo metodológico.

INFORMACIÓN Y CONSENTIMIENTO (LECTURA INICIAL)

Hola, mi nombre es Vanessa Arcos. Le agradezco aceptar esta entrevista para el estudio sobre el uso de redes sociales como fuente de información noticiosa en estudiantes de Comunicación en Línea de la UTN. La entrevista es voluntaria y será usada únicamente con fines académicos.

¿Autoriza grabar la entrevista y utilizar la información con fines de investigación? (Sí / No). Gracias.

//Guion (preguntas + posibles sondeos)

Entrevista Licenciada Andrea Guevara

Buenas tardes, soy Vanessa Arcos, estudiante de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica del Norte.

Esta entrevista es para poder sustentar el tema de mi investigación, de mi tesis, con el tema del uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa.

En esta ocasión nos acompaña la licenciada en Comunicación Social, Andrea Guevara, quien a partir de su experiencia como periodista nos ayudará a entender este proceso tan complejo sobre la información noticiosa en redes sociales.

Bienvenida, Andrea.

Muchas gracias, Vane.

Andrea,

Introducción (pregunta abierta)

¿Cómo describiría, de forma general, el papel de las redes sociales en la circulación de noticias entre estudiantes universitarios en la actualidad?
Sondeo: ¿Ha identificado cambios significativos en los últimos 3 a 5 años?

El papel noticioso en sí en la comunidad es muy importante y más aún en los estudiantes que pretenden generar una información de un futuro ya profesional, es importante que aprendan ciertas herramientas que les da la universidad y el estudio y también la experiencia para que puedan transmitir una buena información.

Con las redes sociales es bastante difícil como consumidor identificar la noticia, pero para eso están los profesionales y en este caso los que van a ser profesionales es una labor muy ardua.

Sí, yo vengo de la escuela antigua de la comunicación en donde existía lo tradicional que es la televisión, la radio y la prensa escrita, donde nosotros teníamos que esperar al siguiente día o a la noche para que se recolecte la información de todo el día y nosotros poder saber qué ha sucedido. Pero en cambio ahora la rapidez de las redes sociales hace que nosotros estemos constantemente informados con buena información, con notas buenas

Ventajas y riesgos
En su opinión,

¿Cuáles considera que son las principales ventajas y los principales riesgos de que los estudiantes usen las redes sociales como fuente para informarse?
Sondeo: ¿Podría mencionar ejemplos concretos que haya observado?

Sin duda la principal ventaja es la rapidez, como te decía, antes teníamos que esperar, especialmente los periódicos porque era un documento que tú tenías avalado por un medio de comunicación que te decía que ahí está la rapidez, muchos medios de comunicación radiales o televisivos se basaban en la prensa escrita para generar sus noticias del día o retransmitir, pero en cambio ahora con las redes sociales tenemos información a cada segundo se podría decir; Si no es de un lado, es de otro, o tal vez también estamos informados de todo el mundo porque seguimos las páginas de todo el mundo, entonces estamos constantemente informados, así también podemos ver que existen redes sociales, que sería un principal riesgo por eso, sin duda la información falsa, porque ahora no todas las personas se fijan de que la información venga de un medio de comunicación, existe mucha gente que le gusta informar o que cree tener criterio para informar o tal vez está en una posición o en el momento adecuado de una noticia y quiere tratar de transmitir como un profesional esa noticia, entonces sacar la

información noticiosa va mucho más allá de lo que sólo se dice en el papel o en el video de un minuto, va mucho más allá, entonces el principal riesgo es tener un poco de información aquí y otro poco de información acá y otro poco de información acá para nosotros como consumidores tratar de unirnos bastante bien.

Credibilidad y criterios de selección

¿Qué criterios deberían utilizar los estudiantes para evaluar la credibilidad de una noticia en redes sociales?

Sondeo: ¿Para la evaluación influyen factores como el número de seguidores, formato, o procedencia del enlace?

Yo como consumidora, en este momento que no estoy haciendo la petición, tengo la buena costumbre de contrastar entre las noticias que me salen en las redes sociales, si es que las encuentro en un medio de comunicación, las leo y las desmenuzo, digamos así, porque ellos nos dan todos los datos, pero si es que veo una noticia que tal vez de una persona, por tomar una foto y decir, por ejemplo, un accidente de tránsito que murieron tantas personas, heridos tantas personas, no puede ser oficial porque la información oficial la tiene un área de comunicación que accede a una rueda de prensa, que accede a un barrio policial, que tiene varias aristas y nos da una información que nosotros necesitamos. No así una persona política. Para la evaluación de esto,

Desinformación y verificación

¿Qué tipos de desinformación encuentra con mayor frecuencia en redes sociales y qué estrategias recomienda para detectarlas?

Sondeo: ¿Qué herramientas o prácticas concretas (p. ej. verificación de imágenes, fact-checkers) considera más efectivas?

Sí, en el ámbito electoral que estamos muy pronto a percibir, hay muchísima desinformación, tratan de incluir vida personal, vida hasta criminal de algunos políticos, falsa, verdadera, descontextualiza y eso, digámoslo así, lo conlleva el dinero, lastimosamente en las redes sociales, para tener mayor alcance, se tiene que pagar, y en campañas políticas, si es que se quieren agredir unos a otros, en redes sociales, quien más paga, más se visibiliza, entonces, es el riesgo que nosotros ya estamos casi prestos a vivir con el tema político que se nos viene, es la principal desinformación que existe, porque lo otro, lo otro se puede comprobar fácil, en el mismo ejemplo del choque, vas al medio de comunicación, te enteras la cantidad de fallecidos, lo que en realidad sucedió, por qué sucedió, eso es el evento oficial, pero en cambio en política, te sacan un ámbito, una noticia del mismo político de una cosa, del mismo político de otra cosa, de otra página, de otra página, de otra página, es un cuento de nunca acabar la desinformación en el ámbito político.

Yo me respaldo siempre del trabajo de un medio de comunicación, porque es desde allí que nace una noticia bajo no solo el criterio de una persona, sino de un equipo. Primero, el medio

de comunicación que les respalda, que trabaja bajo su tela, y segundo, porque no sé si es que hayan visto eso ya los estudiantes, pero en un medio de comunicación los periodistas en la mañana se reúnen con el editor, proponen sus temas, a veces el tema no es tan fuerte, el editor rechaza el tema o lo vuelve a dar una nueva perspectiva, entonces, hay un trabajo grande detrás de una noticia, que no se puede opacar por una sola persona que tal vez salió con su cámara y se encontró en un momento dado y lo quiso dar a su equipo, es un poco sesgar.

Competencias y formación

Su perspectiva, ¿qué tipo de competencias formativas deberían fortalecerse para que los estudiantes puedan verificar y contrastar información en redes sociales de manera crítica?
Sondeo: ¿Qué aspectos, contenidos o actividades sugiere fortalecer?

En serio que las universidades tienen que trabajar primero en la formación ética de las personas y mucho más de los periodistas que vamos a tratar con información muchísimas veces del día, hay temas que se pueden tratar digamos de forma frágil, pero hay otros temas de corrupción, delincuencia, esas cosas que necesitas primero tener ética personal y profesional para uno saber a dónde asistir a la fuente, de la fuente qué información es la que sirve y qué es lo que yo quiero transmitir hacia mi público.

Algoritmos y burbujas informativas

¿Cómo influyen los algoritmos y la personalización de contenidos en la construcción de la agenda informativa de los estudiantes?
Sondeo: ¿Qué estrategias prácticas recomienda para mitigar los efectos en los contextos educativos?

Yo pienso que todos los temas son valiosos, en cuestión de periodismo, tenemos que dar valor a cada tema que nosotros propongamos, como te decía, en un medio de comunicación hay un equipo detrás que diseña las noticias, tal vez no con la misma importancia, pero las diseña, entonces, hay maneras de sacar noticias de ciertos lados de la comunidad de crónica roja, de política, economía, entonces, todos tienen un ámbito importante, en cuestión de redes sociales hay temas muy superficiales que en el ámbito periodístico no se tocan, pero que ahora por las redes sociales están ahí, entonces, irse a informar por medio de comunicación pienso que es la mejor decisión de la comunidad y principalmente de los estudiantes que tienen que ver un modelo a seguir para su futuro.

Yo desde el ámbito consumidor siempre verifico que las noticias que salen y emitir

disparadamente o desordenadamente se hagan en un medio de comunicación y es un ejercicio sano de las personas, aunque nos tachen de amarillistas, sensacionalistas, vendidos, te valoro un poco más el trabajo del periodista porque, como insisto, no es solo el periodista el que sale a la noticia o el elemento que se escribió, sino que hubo detrás de un trabajo de pulir la información que se va a emitir y eso no lo hace cualquier persona, yo, por lo personal, hay

mucho sesgo cuando un periodista quiere hacer su profesión de forma individual, tiene muchas limitaciones que un medio de comunicación.

Pensaría que tendríamos que mirar información verificada de los medios de comunicación y no dejarnos llevar, tal vez por influencias del momento que, tal vez por tener una cámara o poder tener este don de la palabra, de hablar, a veces son contratados también, y volviendo al tema de lo político, se contrata a mucha gente para que hable de ciertos temas o de ciertas personas, entonces hay que tener un criterio de información noticiosa, si quiero entretenimiento, voy a otro tipo de páginas que se dedican al entretenimiento.

Impacto emocional y atención

¿Ha observado efectos emocionales o cognitivos (p. ej. ansiedad, distracción) en estudiantes debido al consumo noticioso en redes sociales?
Sondeo: ¿Qué recomendaciones daría para manejar estos efectos?

Sí, recuerdo que cuando sucedió el paro, específicamente de nuestra provincia, había mucha ansiedad en cuanto a saber qué era lo que realmente pasaba en el barrio, había muchas limitaciones de los medios de comunicación en cuanto a llegar allá, para que ellos nos puedan relatar lo que se vivió, de la escasez de gas, de los alimentos, de la movilización, de los heridos, de los militares secuestrados, entonces nosotros teníamos que basarnos en la información que daban las personas que vivían allí, pero era causaba la ansiedad de ver una noticia de una persona que decía una cosa que emita otra persona, otra cosa que emita otra persona, y así nosotros, juntando todas esas informaciones, generaban ansiedad, lo que no hubiera pasado si un medio de comunicación accedía, contaba la historia de las personas que estaban sufriendo por el tema de la paralización y nos hubieran dado un resumen adecuado para que nosotros sepamos todo el contexto de la situación.

No dejarnos llevar tanto por las noticias que nos aparecen en el feed, pero cada segundo, sino que esperar a que exista una noticia verificada en un medio de comunicación, o tal vez también de las fuentes oficiales institucionales, o de las fuentes informadas, esas son informaciones verídicas que los medios de comunicación se basan también para redactar, entonces, no creer en todo lo que dicen las redes sociales, porque ahí estamos cometiendo un error y nos hacemos daño pensando en cada particular que nos da extractos pequeños.

Rol del periodismo y recomendaciones institucionales

Desde su experiencia, ¿cómo influye el uso de redes sociales como fuente informativa en el desarrollo del perfil profesional de los estudiantes de comunicación?

Si ellos están formados en ética, en las aulas, ellos van a saber cómo identificar las noticias que son verdaderas, que son falsas, adónde ir, qué hacer, entonces, si las redes sociales ahora se usan como herramienta de trabajo, de información, si se tienen en la universidad ese tipo

de herramientas, podrán tener su propio criterio para poder formar una noticia desde las mismas redes sociales

¿Qué papel deberían desempeñar los medios de comunicación y los espacios de formación profesional para fortalecer el consumo informativo crítico en los estudiantes?
Sondeo: ¿alguna política o práctica institucional que recomiende implementar?

Yo recuerdo con mucho cariño que cuando estuve en la universidad, los profesores hicieron unas gestiones para que podamos visitar los medios de comunicación en grandes ciudades. Nosotros fuimos a Quito, un par de veces a conocer el Teleamazonas, Ecuavisa, Gama Visión, y eso fue un aliciente para nosotros porque ya veíamos un futuro trabajando en la comunicación, y tal vez entendíamos un poco mejor cómo funciona, porque tal vez yo ahora les estoy hablando de algo que ustedes no pueden ver, que es a la persona detrás de la cámara que necesita un respaldo de todo un equipo que ya investigó la noticia para que la presentadora solamente la vea, entonces, eso es emocionante, visitar un medio de comunicación y saber cómo funciona, y se mete en la cabeza de que yo podría estar ahí, entonces yo voy a hacer un mayor esfuerzo para poder también tener una oportunidad, totalmente una actividad que sería necesaria en las universidades.

Cierre
¿Considera que los estudiantes que dependen principalmente de redes sociales para informarse están adecuadamente preparados para el ejercicio profesional del periodismo o la comunicación? ¿Por qué?

Si es que se basa solamente en las redes sociales, no, porque el periodismo se hace de estar en un sitio donde una persona que no tiene acceso a publicar una información, pero que necesita que le ayude tal vez a formar una idea para la noticia, uno lo puede hacer, eso es lo más gratificante y esa es la recompensa más grande del periodismo, poder ayudar a la gente, no solamente que se mantenga informado, sino que específicamente los noticieros de la comunidad necesitan estar ahí para palpar la realidad, hay otras personas que viven que están del otro lado de la pantalla que consumen contenido noticioso, lo puedes hacer solamente en presencia, las redes sociales se limitan bastante, si podrás remezclar las noticias, podrás volver a hacer una nueva con un poco, pero no va a ser lo mismo llegar, conversar, tomar fotografías, entender el problema y todo lo que está pasando, así que, si es por redes sociales solas, no, tienen que salir a trabajar.

¿Hay algún otro aspecto que considere relevante para comprender el uso de redes sociales como fuente noticiosa entre estudiantes de comunicación?

Yo creo que siempre hay que estar informado. Al menos en estudiantes tienes que tener la mayor cantidad de información posible. Ahora en este ejemplo del uso de las redes sociales

puede darte las luces de qué tienes que hacer y qué no tienes. Entonces hay que tomar ejemplos de las redes sociales, de influencers, de periodistas que tal vez estén ejerciendo de manera individual su profesión y ver qué es lo que ellos están haciendo bien y tal vez qué es lo que están haciendo mal también, porque como periodistas somos humanos, cometemos n mejor enfoque hacia su futuro profesor.

Agradecimiento

Y eso ha sido todo por hoy. Le agradezco mucho a Andrea por estar aquí, por darme este tiempo para poder solventar todas las dudas que tenemos acerca de la información en redes sociales.

Muchas gracias a ti Vane, espero que te haya ayudado un poco en tu investigación y estoy segura de que te será de una gran ayuda. Muchas gracias.

Entrevista Licenciada Mary Bracho

Buenos días, soy Vanessa Arcos, estudiante de la carrera de comunicación en línea de la Universidad Técnica del Norte.

Esta entrevista está para sustentar un poco más acerca de mi trabajo de tesis, que tiene como título el uso de redes sociales como fuente de información noticiosa.

En esta ocasión me acompaña Maria Bracho, licenciada en comunicación social.

Bienvenida Mari, que con tu experiencia espero me puedas sustentar un poco más en mi trabajo.

Bueno, con todo el gusto, más bien espero que lo que hoy podamos conversar sea de sustento para tu trabajo y por supuesto para el conocimiento también de todos quienes van a ver esta entrevista. Muchas gracias.

Bueno, Mari,

Introducción (pregunta abierta)

¿Cómo describiría, de forma general, el papel de las redes sociales en la circulación de noticias entre estudiantes universitarios en la actualidad?
Sondeo: ¿Ha identificado cambios significativos en los últimos 3 a 5 años?

Las redes sociales hoy tienen un poder increíble, porque a través de las redes sociales no solamente estamos informando, sino que hoy por ejemplo la gente tiene la oportunidad de utilizarla como una herramienta, como una plataforma para vender productos, para informar, para vender contenido, para crear contenido y demás. Entonces es importantísimo, sin embargo, saber de qué tipo de red social o de qué información nosotros estamos optando para tener ese conocimiento, pero hoy en día las redes sociales se han convertido en una herramienta y en una plataforma importantísima y como estudiantes de comunicación o como comunicadoras nosotros debemos tener muy en cuenta incluso la forma en la que estamos comunicando.

Ventajas y riesgos
En su opinión,

¿Cuáles considera que son las principales ventajas y los principales riesgos de que los estudiantes usen las redes sociales como fuente para informarse?
Sondeo: ¿Podría mencionar ejemplos concretos que haya observado?

¿Las ventajas? Totalmente, como te mencionaba anteriormente, el éxito del uso de las redes sociales está en eso, en el uso que le des.

¿Qué tipo de información yo estoy subiendo? ¿Qué tipo de información yo estoy recibiendo? Entonces las ventajas que tenemos a través de las redes sociales, el uso es importantísimo, es una gama, porque como les mencionaba, te informas, generas contenido, compartes lo que tú haces, siempre y cuando cuidando también la manera en que nosotros estamos contando las cosas, entonces la importancia que le damos al uso va a depender muchísimo de la manera en que nosotros estamos utilizando.

¿En general en las redes sociales?

Primero considero que sí es importante y adecuado que mamá y papá tengan un control, porque hoy en día es súper fácil acceder a las redes sociales, todo el mundo, y vemos que jovencitos o niños ya acceden a las redes sociales.

Entonces es importante, como les mencionaba, saber qué tipo de contenido nosotros estamos utilizando, porque hay riesgos un montón, hoy se escucha un sin número de cosas, que ha pasado, hay gente que se conoce en redes sociales, se citan a través de redes sociales y resultan ser personas no aptas, a través de las redes sociales también existe el riesgo de ser extorsionado a través de las redes sociales, por eso es importante siempre mantener en vigilancia que nosotros estamos informando también a través de las redes sociales. ¿Por qué te digo esto? Nosotros somos una ventana expuesta a través de las redes sociales, hay personas que suben todo tipo de contenido, todo lo que hacen, y claro, es una red social, tú compartes lo que tú quieres compartir, tu vida, tu trabajo, tus proyectos, pero la información que compartes debe ser muy limitada. ¿Por qué? Porque subimos donde estamos y hay personas que pueden hacer súper fácil acceder a ti, seguirte, subimos qué proyectos estás haciendo, subimos si estamos de viaje y tienen la capacidad de entrar a tu casa sin ningún problema, entonces es importantísimo también considerar qué es lo que nosotros estamos recibiendo, porque riesgos también, así como ventajas y beneficios, hay un montón.

Credibilidad y criterios de selección

¿Qué criterios deberían utilizar los estudiantes para evaluar la credibilidad de una noticia en redes sociales?

Sondeo: ¿Para la evaluación influyen factores como el número de seguidores, formato, o procedencia del enlace?

Primerísimo, importante, fuente. La fuente de la que yo me estoy informando y más, si soy un estudiante en comunicación social, no puedo confiarme de la información que la gente envía, hoy hay ciudadanos, ciudadanos periodistas, no me acuerdo bien el término, cómo utilizábamos en la época en la que yo estaba estudiando, pero hoy el vecino puede ser un comunicador y puede estar informando, la persona incluso que no tiene el título de

comunicador social puede estar emitiendo información. Qué sé yo, en la esquina hubo un suceso, te subo foto, hoy con la inmediatez hago un en vivo y empiezo a circular información.

Pero qué importante es saber de la fuente en la que yo me estoy informando para yo también así confiar e informar a las demás personas. Yo creo que eso es lo más importante.

Mira que hoy estamos en un mundo en donde nos estamos dejando llevar un montón por cuántas personas me siguen, cuántos likes tengo, cuántos comentarios tengo, y sí efectivamente, por ejemplo, y más, si estamos hablando de una página de comunicación, tú tienes la duda, ¿será que esto es una página de verdad o quizás una página ficticia? Te entras y miras cuántos seguidores tienes y si tienen más de 10.000 seguidores es una página real, si tienen más de tantos likes es una página real. ¿Pero qué información me está dando también? Entonces es importante también analizar eso y no dejarse llevar solamente por números, sino por la información que me están dando, depende de la necesidad de información que yo quiero recibir, porque si yo encuentro una página de comunicación que tiene 50.000 seguidores, pero veo que el estilo no va conmigo o que el tipo de información que generan no está de acuerdo con mis principios, simplemente no recibo información. Pero sí, hoy por hoy nos fijamos mucho en los números, pero lo más importante es fijarse en el contenido, hay gente que recién como comunicadores están empezando a tener plataformas digitales para informar y no tienen muchos números, no tienen muchos seguidores, pero la calidad de la información es lo que cuenta.

Desinformación y verificación

¿Qué tipos de desinformación encuentra con mayor frecuencia en redes sociales y qué estrategias recomienda para detectarlas?
Sondeo: ¿Qué herramientas o prácticas concretas (p. ej. verificación de imágenes, fact-checkers) considera más efectivas?

Lo que pasa es que hoy en día el algoritmo de información, bueno es súper complicado porque tú empiezas a ver qué sé yo, tips para utilizar mi voz de mejor manera y persuadí, y empiezas a ver y eso ya el algoritmo te va generando todo tipo de información, entonces creo que la facilidad con la que hoy en día recibimos información y tenemos al alcance, buscamos cualquier cosa y es inmediato.

¿Una herramienta o práctica concreta que me ayude a verificar la información? Sabes que yo soy muy a la antigua del tema de confiarme de páginas oficiales, ejemplo y voy a mencionarlo, siempre opto por informarme por fuentes como el diario El Comercio que siento que está con la información más actualizada y real, me gusta mucho el tipo de redacción que tiene, hay un montón de páginas como te digo Vane, hay mucha gente que está haciendo contenido, informando y más, pero sin embargo a mí siempre me ha gustado llevarme quizás por lo tradicional, por lo que ya sé y conozco, que es una buena fuente de información para mí.

Competencias y formación

Su perspectiva, ¿qué tipo de competencias formativas deberían fortalecerse para que los estudiantes puedan verificar y contrastar información en redes sociales de manera crítica? *Sondeo:* ¿Qué aspectos, contenidos o actividades sugiere fortalecer?

Siempre, yo me acuerdo que en la universidad mi profesor me decía que para ser buenos periodistas, y esta es una frase de un filósofo Richard Kapuscinski si no me equivoco, que para ser buenas personas primero hay que ser buenos seres humanos, primerísimo, ser muy empáticos con la información que nosotros estamos recibiendo y narrando, porque hay personas que hoy por hoy optan por ser muy crudos al momento de contar la información y piensan que, es que sí, evidentemente generan morbo y eso puede ser que tengas más visibilidad, pero lo importante siempre es tener empatía, ser muy responsable con lo que estábamos hablando con las fuentes de información, me gustaría muchísimo incluso que hoy en día, si hablamos de competencias también, se les enseñe o se ponga mucho en práctica ya en el área técnica la forma de expresarnos, la forma de comunicar, porque eso es lo que hoy en día todas las personas necesitan, todo el mundo necesita comunicar, pero a veces incluso quienes estudiamos comunicación social se nos dificulta poder expresar nuestras ideas, poder expresar y persuadir, que eso es lo importante, entonces si hablamos de este tipo de situaciones me gustaría muchísimo eso, la coherencia de lo que se está hablando, pienso que es muy importante, la investigación, no podemos dejarnos, y mira que ahora existe una herramienta que se llama ChatGPT, y todo esto que nos muestra la inteligencia artificial, que está súper bien si la utilizamos como una ayuda, como una herramienta, pero hoy en día estamos abusando del uso y del poder que nos está dando la inteligencia artificial y nos preguntamos algo y nos dejamos llevar por lo que nos dice, entonces qué importante es saber contrastar fuentes, que el estudiante tenga la capacidad de ir más allá, que sean súper curiosos, de que no se queden solamente, ah, esta información me dio el ChatGPT, esta información me da tal autor, no, contrasta, porque ChatGPT puede también equivocarse, tal autor puede tener su propio pensamiento, pero lo importante es lo que tú como comunicador y como persona analices, entonces el pensamiento analítico también es otra de las situaciones que se debería reforzar en las aulas.

Sí, creo que es muy importante lo que tú nos dices.

Yo más bien pensaría que cada persona debería generar el contenido que a mí me haga sentir bien, ya, hoy existen cantidad de generadores de contenido, muchos influencers, como les decía el vecino, incluso ya coge el teléfono, empieza a emitir información y ya lo creemos y ya es información, pero para que el contenido sea de calidad, yo creo que debe ser un contenido que a ti te gusta, no sé, qué sé yo, yo me siento súper cómoda de generar contenido deportivo, lo voy a hacer, a mí no me gusta mucho hablar de temas políticos, no lo voy a hacer, lo voy a editar, pero siempre voy a tener mi opinión, entonces yo el consejo y el mensaje que les dejaría más bien es que ustedes vayan buscando qué línea de contenido a mí me hace bien, el que se me haga más familiar, el que se me haga más fácil de contar, el que se

me haga más fácil de crear ideas, porque para crear contenido hay que ser muy creativos también, entonces háganlo, lo importante es que lo hagan, que no lo dejen como un proyecto, hoy como te digo, todo el mundo tiene la facilidad de hacer y crear contenido, entonces háganlo de manera muy responsable, pero desde lo que a ustedes les guste, desde lo que ustedes se sientan cómodos de contar.

Algoritmos y burbujas informativas
¿Cómo influyen los algoritmos y la personalización de contenidos en la construcción de la agenda informativa de los estudiantes?
Sondeo: ¿Qué estrategias prácticas recomienda para mitigar los efectos en los contextos educativos?

Este de los algoritmos, como yo te digo, va a depender muchísimo de cómo tú estés consumiendo la información, porque uno si vas y te sientas media hora a estar viendo tiktoks de tal o equis tema, eso te va a salir siempre, ese es el algoritmo hoy en día y es tan curioso porque tú empiezas a hablar con alguien de comunicación y vas a ver que después enciendes tu tiktok y empiezan a salirte cosas de comunicación, entonces todo depende de la información que tú estás decidiendo recibir para construir una agenda fructífera de información, un contenido que realmente sea positivo para nuestra construcción en todo ámbito, en el ámbito social, en el ámbito cultural, todo lo que nosotros estamos recibiendo en redes sociales tiene que ser un aporte a nuestro conocimiento y más si somos comunicadores sociales, entonces el éxito está en la decisión que tú tomes del contenido que estás recibiendo y que estás alimentando.

Simplemente saber decidir bien y elegir el contenido que me va a servir a mí nada más, porque uno decide qué contenido en redes sociales me va a servir, entonces fuentes fidelinas, contenido que me sirva, contenido de calidad, te va a salir un montón de contenido en redes sociales y tú decides este sí, este no, esto me sirve, esto no me sirve y eso te puede incluso ayudarte como un direccionamiento para el contenido que tú quieres realizar.

Impacto emocional y atención
¿Ha observado efectos emocionales o cognitivos (p. ej. ansiedad, distracción) en estudiantes debido al consumo noticioso en redes sociales?
Sondeo: ¿Qué recomendaciones daría para manejar estos efectos?

Totalmente Vane, no solamente en los estudiantes, los seres humanos somos emocionales por naturaleza, vemos algo en redes sociales que genera emociones como alegría, tristeza, furia, decepción, entonces por eso es importante siempre llenarse de cosas buenas pienso yo, la mente es súper poderosa y es importante, sabes que a veces Vane incluso yo y siendo comunicadora, y no sé si esto esté correcto, pero tengo que ser sincera, muchas veces cuando el país ha pasado por situaciones muy complicadas como el paro, por ejemplo, yo opto a veces por ni siquiera ver, sabes, porque sí, tengo que estar informada y tengo que investigar y más, pero prefiero hacerlo desde mi necesidad y desde lo que yo en ese momento requiero, porque si prendo redes sociales y veo una noticia súper trágica, o que el país

continúa así, o que esto que está pasando hoy por ejemplo con el tema de la inseguridad, a mí me genera ansiedad o preocupación, evito verla, pero tengo que de otra manera informarme, entonces los seres humanos somos súper emocionales, por eso nuevamente repito, tenemos que saber escoger la información con la que yo estoy llenando mi cerebro y mi conocimiento, porque sí, efectivamente, cualquier tipo de información que nosotros estamos viendo en redes va a pegar y chocar con nuestras emociones.

Rol del periodismo y recomendaciones institucionales

Desde su experiencia, ¿cómo influye el uso de redes sociales como fuente informativa en el desarrollo del perfil profesional de los estudiantes de comunicación?

Las redes sociales, como dije desde el inicio, es una plataforma, es una ventana increíble y tengo que mencionar que, por ejemplo, hoy en día una realidad que estamos viviendo es que los medios tradicionales de comunicación como la radio y la televisión no están en declive por completo, pero ya no hay tanta gente que lo ve, ya no hay mucha gente, sí, por ejemplo, la radio va a seguir siendo compañía de por vida, pero hoy por hoy existen plataformas digitales como Spotify, como Netflix, en televisión, en donde tú tienes ya el control de decidir qué tipo de contenido yo voy a ver, si quiero ver noticias o si quiero ver una película, si quiero escuchar Spotify o si quiero escuchar la radio, pero las redes sociales nunca van a morir, es más, los medios de comunicación tradicionales tienen que adaptarse a lo digital, sí, porque hoy eso es lo que está pasando, cualquier medio de comunicación, sea radio, prensa, escrita o televisión, se trasladaron a lo digital porque la gente está en redes sociales, todo el mundo está a través de plataformas como Instagram, como Twitter, ahora tiene otro nombre, TikTok y más, las están utilizando como herramientas necesarias para informarse, entonces las redes sociales están ahí y debemos saber manejarlas siempre bien.

¿Qué papel deberían desempeñar los medios de comunicación y los espacios de formación profesional para fortalecer el consumo informativo crítico en los estudiantes?
Sondeo: ¿alguna política o práctica institucional que recomiende implementar?

Los medios de comunicación tienen algunas responsabilidades importantes, educar, formar opinión, entretener, informar y no me acuerdo cuál otra vez falta una. Entonces la responsabilidad que tienen los medios de comunicación es totalmente grande porque todas las personas creen en los medios de comunicación, las personas creen en los periodistas, entonces como periodistas en formación o como periodistas o comunicadores que están ejerciendo tenemos una responsabilidad grande, los medios de comunicación son un poder increíble y debemos hacerlo con conciencia, con coherencia y con mucha responsabilidad.

Cierre

¿Considera que los estudiantes que dependen principalmente de redes sociales para

informarse están adecuadamente preparados para el ejercicio profesional del periodismo o la comunicación? ¿Por qué?

Hay muchas fuentes de información, no necesariamente redes sociales, hay varios medios de comunicación y plataformas de las que hoy podemos informarnos, pero sin embargo las redes sociales y las plataformas digitales hoy por hoy tienen todo el peso, todo el peso. Los jovencitos de 14 y 15 años no te ven la tele, no te ven las noticias, no te ven el periódico, te tienen en el celular y están ahí constantemente informándose. ¿Dependen de las redes sociales para informarse? No al 100% pero sí, es una herramienta súper necesaria e importante.

Ahora, la formación de un estudiante de comunicación social no está en las aulas, yo me acuerdo un montón y me llevo el cariño de mis profesores, tengo la dicha de decir que me siento orgullosa de mi formación académica y que tenía en ese entonces y hasta ahora una muy buena relación con mis profesores, con mis compañeros, pero sin embargo cuando tú ya sales de la universidad ya te encuentras con un mundo totalmente diferente que ni siquiera vas a saber. ¿Y para qué me sirvió este concepto? No, sino que ya en la práctica está el aprendizaje real. Deseo de corazón que los maestros sigan el constante aprendizaje, siempre para que puedan educar profesionales de calidad, pero ya no depende solamente de eso, sino de uno también como estudiante en ese caso, de investigar, de tener referentes en la comunicación, porque yo creo que todos tenemos referentes en la comunicación a nivel nacional e internacional, veíamos a un don Alfonso Espinoza de los Monteros que tuvo una trayectoria increíble en el ámbito de la comunicación y credibilidad, tú le escuchas y hasta ahora a don Alfonso y tú le vas a creer porque eso es lo que él ha generado en el transcurso de los años. Entonces pienso que las personas que se están formando, los estudiantes que se están formando en esta carrera tan maravillosa, así como nosotros también que ya estamos ejerciéndola, tenemos la obligación de todo el tiempo informarnos, educarnos y ser súper creativos para saber contar la información ya hoy por hoy de manera creativa, ya no de forma tradicional.

¿Hay algún otro aspecto que considere relevante para comprender el uso de redes sociales como fuente noticiosa entre estudiantes de comunicación?

Investigar sobre las redes sociales que hoy en día están pegando muchísimo más, en qué horarios, bueno yo me acuerdo que antes manejaban mucho eso, en qué horarios funciona la fluidez del contenido cuando uno se sube a redes sociales, sin embargo, tengo entendido que eso hoy en día ya no es tan común como antes. Buscar herramientas, por ejemplo, estar en constante aprendizaje en esto de edición de video, cómo hoy en día la gente está editando, qué tipo de información estoy consumiendo y cómo me gusta a mí recibir la información, buscar, pónganse ustedes no solamente como el papel de comunicadores, sino como receptores de información, cómo quiero yo recibir información, qué quiero que me cuenten, a través de qué plataforma quiero que me cuenten, porque eso es lo único que les va a llevar a ustedes a ser creativos también y a dar lo que la gente hoy en día está necesitando.

Agradecimiento

Muchísimas gracias Mary por tu tiempo y por darme la oportunidad de hacerte la entrevista, creo que me has ayudado bastante con todas las respuestas que me has dado.

Muchas gracias.

Gracias a ti Vane y a todos unos saludos muy especiales y disfruten de esta carrera que es maravillosa.

Entrevista Ingeniero Omar Maldonado (Experto en comunicación)

Muy buenos días, soy Vanessa Arcos, estudiante de la carrera de Comunicación en Línea de la Universidad Técnica de Alameda.

En esta entrevista estás enfocada para sustentar un poco más el trabajo de mi tesis, con el tema del uso de las redes sociales como fuente de información noticiosa.

En esta ocasión me acompaño el Ingeniero Omar Maldonado, que es experto en comunicación.

Gracias.

Bienvenido, Omar. Muchas gracias por el tiempo y para que me haga las preguntas

Bueno,

Iniciamos las preguntas

Introducción (pregunta abierta)

¿Cómo describiría, de forma general, el papel de las redes sociales en la circulación de noticias entre estudiantes universitarios en la actualidad?
Sondeo: ¿Ha identificado cambios significativos en los últimos 3 a 5 años?

Las redes sociales, con respecto a la comunicación de estudiantes, juegan un papel tan importante porque ahora se expanden rápidamente, lo que es importante para todos es conocer la fuente que se genera la información, lo que se ve incierto hoy es tan fácil poder crear una red social, crear un perfil aparentemente profesional, incluso hoy por hoy tú puedes confirmar tu cuenta pagando, sí, porque ahora antes se confirmaban las cuentas que realmente eran conocidas, de gran alcance, pero ahora tú puedes pagar, y más bien hay que basarse en la fuente, la gente que redacta y principalmente validar la información con fuentes oficiales.

Por supuesto, en estos años lo que ha acontecido más bien es que ha habido una especie de selección de redes sociales según el estatus social y también la edad, lo que sí es muy cierto es que incluso las redes, ya las campañas turistearías tú ves que van enfocadas en Facebook a personas un poco más contemporáneas, más adultas, instagram un poco más a lo medianamente, por decirlo, de unos 20 a 35 años, y el TikTok, que es de forma general, va a adolescentes, va a cualquier índole, más bien he visto que hay una segmentación que ha habido en estos años y creo que son los cambios respectivos porque cada empresa, cada persona se inclina por una red social dependiendo lo que busca en la red social.

Ventajas y riesgos
En su opinión,

¿Cuáles considera que son las principales ventajas y los principales riesgos de que los estudiantes usen las redes sociales como fuente para informarse?
Sondeo: ¿Podría mencionar ejemplos concretos que haya observado?

Ventajas del alcance a la información rápida, antes teníamos que esperar comprar el comercio, comprar el diario para que tú sepas las noticias de la semana, en resumen, hoy es inmediato, el principal beneficio que tenemos en video, en fotografía, en audio incluso, es la brevedad de la información.

Los delitos internautas. ahora está muy de moda todo el tema de clonación de correos, de cuentas bancarias, de spam tecnológicos, de speech, que también te llaman, entonces, ese es el riesgo principal, que no hay muchas seguridades para que la gente pueda tener el control. incluso te clonan tus redes sociales, te crean unos perfiles similares en los que tú no concuerdas que, por ejemplo, es mi perfil personal, en realidad, no hay una forma en la que la red social diga, sí es el perfil de mí, a menos que esté un video, algo en la IA, tú puedes crear avatar, etcétera. Pues no, es un tanto complejo crear igualdad con una red social es verdadera

o no. Incluso hay gente que tiene ya varios perfiles personales, etcétera. Y pues eso está complejo, ¿no?

Credibilidad y criterios de selección

¿Qué criterios deberían utilizar los estudiantes para evaluar la credibilidad de una noticia en redes sociales?

Sondeo: ¿Para la evaluación influyen factores como el número de seguidores, formato, o procedencia del enlace?

Sí, como reiteraba, lo principal, considero, y no irnos muy lejos, es que validemos los temas históricos, que, por ejemplo, un medio de comunicación tuvo ya una historia, tuvo un antecedente de credibilidad, porque tú sabes que ahora yo me creo un perfil de redes sociales y pongo diario, digamos, Sierra, y empiezo a crear contenido, pero no sabes si eso es verdadero, pero más bien yo considero que sería oportuno, es que nos basemos en lo histórico. En los medios que han trascendido, han evolucionado, y confiar en ellos, los que sí nos han dado veracidad en los años y que hoy también están evolucionando para darnos información ya digital y más breve.

Ese punto es un punto súper importante, como todo en la vida ahora es comprable, por ejemplo, ahora te llegan notificaciones de compras seguidores yo ya tengo en mi perfil 10.000 seguidores, de los que no sé si son reales 8.000, porque tú te pones a investigar a cada perfil respectivamente, no sabes cuál es real, entonces, el número de seguidores no es importante, pero lo que sí es importante es la actividad que genera tu perfil, digamos, los comentarios que generan, los me gusta que genera, que vienen de perfiles reales, eso es más importante que la cantidad de seguidores, como decía hace rato, incluso la verificación de cuentas, del visto que vemos en las cuentas, no siempre acarrea de que es una cuenta verídica, eso es importante.

Desinformación y verificación

¿Qué tipos de desinformación encuentra con mayor frecuencia en redes sociales y qué estrategias recomienda para detectarlas?

Sondeo: ¿Qué herramientas o prácticas concretas (p. ej. verificación de imágenes, fact-checkers) considera más efectivas?

Totalmente lo político. por ejemplo, también el tema de cuando hay conflictos sociales, muchas veces, por ejemplo, recién que está cotizando la guerra, mirábamos que estaban bombardeando X país, cuando los países negaban eso, que no era real, y como las redes generan inmediatez en la información, la gente se escandaliza y piensa que toda la información es real, pero como reitero, el TikTok, todas las redes cargan información no real y la gente más bien se vuelve como amarillista, que le gusta ver el accidente, le gusta ver todas estas afectaciones y más bien va por ahí.

Hay algunos puntos que se puede verificar, por ejemplo, nosotros como medio de comunicación lo que hacemos ahora es cuando generamos un video de información, lo que

hacemos es principalmente, aspecto uno, que sea un video real con el comunicador, segundo, es que en el detalle del texto se etiquete, se mencione al autor, al periodista, para que pueda de esta forma tener un poco más de fuerza y validez de la información.

Competencias y formación

Su perspectiva, ¿qué tipo de competencias formativas deberían fortalecerse para que los estudiantes puedan verificar y contrastar información en redes sociales de manera crítica?
Sondeo: ¿Qué aspectos, contenidos o actividades sugiere fortalecer?

Yo creo que lo principal es iniciar con las bases de la comunicación, que es redacción, que es evitar errores ortográficos, saber hacer una presentación adecuada en arte gráfica, en video, pero principalmente buscar las fuentes de información, ahora, en las fuentes de información hay muchos ámbitos, ahora están justamente las ruedas de prensa, están los medios de comunicación, son los entes principales los cuales tienen que asistir a las ruedas de prensa, asistir a las comunicaciones oficiales que emiten las entidades públicas, que emite el gobierno, para poder contrastar, mira, esta comunicación es real, el gobierno lo dijo y lo publicó, no únicamente la interpretación, porque la comunicación a veces también sube demasiada interpretación del comunicador, eso abre a que entre en mucho debate de gente que está de acuerdo y gente que no está de acuerdo, y justamente hay muchos medios políticos, muchos medios sociales que entran en el debate y pues es cuando la información se transversa.

Algoritmos y burbujas informativas

¿Cómo influyen los algoritmos y la personalización de contenidos en la construcción de la agenda informativa de los estudiantes?
Sondeo: ¿Qué estrategias prácticas recomienda para mitigar los efectos en los contextos educativos?

O sea, eso es importantísimo, saber la estructura de una noticia, de una información, es totalmente, digamos, credibilidad, que todo, desde el proceso inicial de la información hasta la exposición de la información, tenga un contenido claro, un contenido veraz, que pueda confiarlo, y en conclusión sería un material de buena calidad para que pueda yo confiar en lo que estoy leyendo.

Yo creo que lo principal es que los estudiantes de comunicación y de todas las especialidades del mundo, lo principal es que tu perfil personal tiene que ser el perfil principal que genere credibilidad, porque tú ves, por ejemplo, en cualquier publicación de redes, hay muchos comentarios obscenos, gente que insulta, pero ¿qué pasa? Tu tienes que saber el perfil de esa persona, tiene una publicación, es la persona que no tiene un nombre real, es la persona que no es real, entonces, ahí dices, ¿cómo creo ese comentario de alguien que ni siquiera tiene un perfil bueno? Entonces, lo principal es vendernos nosotros personalmente bien, para que

podamos dar incluso una opinión ante una fuente de información, y eso sería lo principal, si yo quiero exponer algo, pues primero crean en mi perfil personal, después crean lo demás, ¿no?

Impacto emocional y atención

¿Ha observado efectos emocionales o cognitivos (p. ej. ansiedad, distracción) en estudiantes debido al consumo noticioso en redes sociales?
Sondeo: ¿Qué recomendaciones daría para manejar estos efectos?

Efectos emocionales creo que lo hay todo el tiempo, pero principalmente ahora los efectos emocionales son cuando se genera tema visual, temas de videos con influencers, al recomendarnos cosas que no sabemos si realmente van a funcionar, porque si bien es cierto que incluso las marcas, las empresas, van a contratar a influencers para dar una noticia, dar una información respectiva, pero ¿qué acontece? ¿Cómo puedo creer en el influencer que me recomienda un restaurante, que me recomienda una parte? Si la única forma de poder comprobar es cuando ya voy a comprobarlo y que sea bueno o malo, ahí recién podía comprobar, pero más bien, eso entra en duda, ¿no? Entra en total duda, quizá a largo plazo se podría olvidar, porque esto más hablamos de información, de influencer a muy corto tiempo, esto es información de que hoy me hago viral y quizá mañana me olvidan, mañana ya no voy a estar en las tendencias y quizá la gente me olvide.

Yo creo que lo principal, como reitero, es la fidelidad con nuestros perfiles personales, a las personas a quienes seguimos, el material que compartimos, si bien es cierto, incluso esto, si tú ves ahora, por ejemplo, en los trabajos, cuando vas a sacar tu visa a Norteamérica, a Europa, ¿qué te piden? Sus redes sociales.

A ver, ¿usted desea su visa? ¿Desea el trabajo? Por favor, ubíqueme en su red social de Facebook, ubíqueme en su red social de Instagram, entonces, ¿qué hace el Departamento de Recursos Humanos y qué hacen las cancillerías de los países? A ver, investiguemos, por ejemplo, quién es Omar Maldonado, ¿cierto? Mira, ¿qué hacen sus redes? ¿A quién es político? ¿Es terrorista? Entonces, se basa todo porque la fuente diaria de información que tú generas desde un estado, desde lo que compartes, digamos, un buenos días, una frase, un video, denotan quién eres. Entonces, lo puntual, como digo, es venderse el personal, el perfil personal de la mejor manera para que te crean quien te da trabajo, te crean quien te da un permiso de salir del país, etc., porque ahí está tu información.

Rol del periodismo y recomendaciones institucionales

Desde su experiencia, ¿cómo influye el uso de redes sociales como fuente informativa en el desarrollo del perfil profesional de los estudiantes de comunicación?

Es justamente lo que hablábamos, ¿no? Si yo, por ejemplo, estoy enfocado en la comunicación y voy a desarrollarme en radio, en televisión, en prensa, en medios digitales, como reitero, ¿qué es lo primero que va a ver la persona? ¿Quién me está contando esta nota? O sea, si yo conozco de comunicación y leo una noticia de una persona que no me da credibilidad, de que la conozco y es una persona que habla de política, está enfocada a un partido político en especial, yo no voy a confiar, lo principal justamente es de ella. Si tuv e ya un proceso, estudié comunicación, generaba contenido desde que era estudiante y ahora como profesional lo cristalizo y lo desarrollo, o voy a confiar porque quizá tuviste un proceso a largo plazo de credibilidad.

¿Qué papel deberían desempeñar los medios de comunicación y los espacios de formación profesional para fortalecer el consumo informativo crítico en los estudiantes?
Sondeo: ¿alguna política o práctica institucional que recomiende implementar?

Lo principal es para fortalecer un pensamiento crítico es leer, la lectura es la principal fuente en la que te permite dar una opinión con razón, si bien es cierto, hoy ya no hay las líneas de opinión que existían en los diarios, como antes había, tú recuerdas en el comercio había al final la opinión, que daba gente que escribía, gente que era conocida y que desarrollaba tema s de opinión, hoy por hoy lamentablemente ya no hay eso, pero sí sería oportuno seguir perfiles de expertos de cada tema, si yo voy a ver una noticia de política, pues sigamos a alguien que analiza política, si yo quiero saber algo de deportes, pues hablemos, sigamos a alguien de deportes, si es que quiero saber algo de algún tema en especial, de tecnología, ciencia, pues sigamos a un experto de ello y en base a ello alimentarnos de información y poder dar una opinión respectiva, no damos al azar, si por ejemplo alguien va a debatirme a mí, digamos, de tecnología nuclear, yo no voy a poder dar una opinión porque no conozco el tema, hay mucha gente que se basa solamente en el resumen del video, entonces escribimos de un mundo de rapidez, hay videos de 5 segundos, 10 segundos, 20 segundos, que nos cuentan rápidamente la información, pero en base a este resumen doy una opinión que no puede ser verdad, o quizá es muy fuera de lugar, que es lo que hacen las redes, entonces más bien, como digo, tener un fundamento con razón, decir, mire, esto no funciona así, pues yo doy una opinión certera, o comparto con mi familia, y no solamente en las redes, porque esto nace desde que tú hables con un amigo, con tu familia, con tu esposa, para que veas cómo funciona la respectiva política, la tecnología, y le llegas la información desde la casa

Cierre
¿Considera que los estudiantes que dependen principalmente de redes sociales para informarse están adecuadamente preparados para el ejercicio profesional del periodismo o la comunicación? ¿Por qué?

Actualmente creo que no, actualmente como yo veo ya niños de 10 años con cuentas de TikTok, que tienen que, TikTok obviamente Instagram te pide edad para poder crearte, veo que participan en edades, que crean correos sus padres incluso, para darle una red social, proponiendo que la persona, el niño adolescente, tenga un entretenimiento, porque esto al

final no es solo, porque tú desde pequeño vas a empezar a crearte una figura superficial, de que el influencer está simpático, de que el influencer tiene ojos verdes, tienes rubio, visita países, viaja, etc., y cuando hay lugares en los cuales ni siquiera hay alimentación, son cosas totalmente, es de que tú te estás creando o viviendo un mundo en tu teléfono al que quizás no vas a poder acceder económicamente, en las redes, si vemos influencers, vemos actrices que tienen un nivel de vida totalmente distinto a nuestra realidad, eso es grave porque te puede crear incluso traumas, porque si tú no sales de tu ciudad, viajas en bus, etc., tienes recursos limitados, estas partes superficiales de los demás, lo que te hacen es convertirte de pronto en un tema de menosprecio, un tema de estrés económico, no sé más cuál sea la palabra, pero te va a crear unas diferencias sociales, mira cómo es esta persona, mira cómo estoy yo, entonces eso ha pasado, crea incluso depresión, mira lo que pasa, ya un niño de 10 años quiere un iphone 17, imagínate que cuesta más de 1.500 dólares, ¿cómo es posible que piensen eso? ¿Cómo conoció? Por su amiga que tiene, porque ve las redes sociales.

¿Hay algún otro aspecto que considere relevante para comprender el uso de redes sociales como fuente noticiosa entre estudiantes de comunicación?

Yo creo que como punto final sería, como reitero, ya que estamos en el tema digital, valga la pena que las webs sean oficiales, que estén bien desarrolladas, que la información sí sea creíble, mantiene siempre la fuente de información, la fecha de información, porque ese es un gran problema también, las redes sociales lastimosamente aún no tienen una parametrización en la que, por ejemplo, este mes yo pueda ver las noticias de este mes, yo he visto incluso deslaves, accidentes que han sido hace muchos años y la gente empieza a comentar, se viraliza, después se oye, pero esta información fue hace 5 años, 10 años, entonces ¿cómo empiezas a creer, si las redes mismas no ponen un stop, un pare, a que diga, mira, esta información ya pasó, establece la fecha de la información, ¿quién la genera? Eso es gravísimo, pero hay que más bien, como digo, ser más bien muy estudioso, muy pecaminoso en saber, mira, este video de cuando es, la información, la fuente, ¿quién genera, ¿quién comenta? La mayor parte de videos que yo hice en TikTok, la verdad, son de gente que no tiene un perfil, que crean nombres superficiales, nombres variados, que cuando tú ya ves, dices, yo incluso me encargo, yo creo que lo principal es que cuando veo la información que no es real, bloquea reportar, bloquea reportar, es lo único que puedo hacer, porque incluso la red social, o sea, hemos visto toda la atención, ¿verdad?

Agradecimiento

Claro, bueno, eso ha sido todo, muchísimas gracias por el tiempo y la oportunidad de hacer la entrevista, creo que me ha dejado muy clara bastante las respuestas con las que me ayudó, muchísimas gracias.

A ti, gracias pues y felicidades.

Referencias

A Aparici, R., & Silva, J. (2019). *Pedagogía de la desinformación: Alfabetización mediática, pensamiento crítico y fake news*. Gedisa.

Arias-Robledo, E., & Giraldo-Luque, S. (2020). Desinformación y estudiantes universitarios: Habilidades y estrategias para contrastar información en tiempos de posverdad. *Comunicar*.

Cantamutto, L., & Delbianco, F. (2018). Usos y motivaciones de las redes sociales en estudiantes de Comunicación: Entre la información y el entretenimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Castells, M. (2021). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Díaz Posligua, K. L., & Vélez Álava, N. (2024). Las redes sociales como fuente de información y exploración científica en los estudiantes universitarios. *Revista San Gregorio*.

Domínguez, F., & López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México: Hacia la construcción de un estado del conocimiento. *Revista de Comunicación*.

García-Delgado Giménez, B., & Revilla Guijarro, A. (2024). Alfabetización mediática frente a la desinformación: Revisión de propuestas educativas en el ámbito universitario hispanohablante. *Turia*.

García-Ruiz, R., Marín-Gutiérrez, I., & Aguaded, I. (2019). Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*.

García-Ruiz, R., López-de-Ayala, M. C., & Osuna-Acedo, S. (2016). La formación del profesorado en TIC: Una perspectiva desde el *Media Literacy* y el uso de redes sociales. *Comunicar*.

López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A. I., & Pereira-Fariña, M. (2017). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Comunicación y Sociedad.*

López-Robles, E., & Padilla-Góngora, I. (2022). Competencia digital y desinformación en estudiantes universitarios: Un análisis de las estrategias de verificación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*.

Montoya-Cortés, C., & Jaramillo-Ocampo, D. R. (2021). Retos de la formación en periodismo: Redes sociales como fuentes y desinformación en estudiantes de comunicación. *Cuadernos.info*.

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2022).

Salaverría, R. (2019). Fake news: Ficción, mentira y desinformación en el entorno digital. *El Profesional de la Información*.

Silverman, C. (2019). *Verification handbook: For digital content*. European Journalism Centre.

Turpo-Gebera, O., Rosales-Márquez, C., Gutiérrez-Aguilar, O., & Rivera-Mansilla, E. (2025). Alfabetización Mediática e Informacional y Formación Ciudadana en estudiantes universitarios. *Revista Latina De Comunicación Social*.

Uribe-Jongbloed, J., & Sarmiento, D. A. (2016). Consumo de noticias y la identidad de los estudiantes de periodismo y comunicación en Colombia. *Signo y Pensamiento*.

Villalba-Palacin, V., Franganillo, J., Lopezosa, C., Sánchez, L., & Calderón, C. (2025). Consumo de noticias generadas por IA: Impacto emocional y atencional en estudiantes universitarios. *Revista De Comunicación*.

Ecosistemas comunicativos y alfabetización mediática (PDF/Web)

El periodismo en la era de las redes sociales - Revista Chasqui

Uso de redes sociales para el consumo de noticias en jóvenes (PDF)

Rivera-Rogel, D., Stoica, D., & Encalada-Ludueña, L. (2021). Consumo informativo y competencias mediáticas: un análisis desde los estudiantes universitarios. *Revista de Comunicación*, 20(2), 11-28.

Cano-Orón, L., Fenoll, V., & Rodríguez-Gómez, E. (2021). El impacto de los algoritmos en la dieta informativa de los jóvenes. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, (64), 39-56.

García-Viveros, M., & López-Ornelas, E. (2022). Las competencias informacionales en estudiantes universitarios: un análisis crítico. *Revista de la Educación Superior*, 51(203), 95-115.

Rodríguez-Ferrándiz, R., Sánchez-Olmos, C., & Hidalgo-Marí, T. (2021). Posverdad, desinformación y noticias falsas: un triángulo de percepción y uso en la era digital. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 67-85.

Bastantes Gavilánez, E. R., et al. (2024). *La alfabetización mediática e informacional en los estudiantes: Retos y tendencias*. **Polo del Conocimiento**. https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/10656/html

Cámara de Comercio de Valencia. (2025). *Competencias digitales: Qué son y su importancia*. https://www.camaravalencia.com/formacion/blog/competencias-digitales

Villegas, J. C. S. (2016). *Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información: Análisis de la opinión*. Redalyc. https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468001.pdf

Ceballos-del-Cid, Y., Gómez-Calderón, B., & Córdoba-Cabús, A. (2025). *Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: un análisis diacrónico (2021–2023)*. Revista Mediterránea de Comunicación. https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28010

Ceballos-del-Cid, Y., Gómez-Calderón, B., & Córdoba-Cabús, A. (2025). *Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: un análisis diacrónico (2021–2023)*. **Revista Mediterránea de Comunicación**, 16(1), e28010. https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28010

Ceballos-del-Cid, Y., Gómez-Calderón, B., & Córdoba-Cabús, A. (2025). *Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: un análisis diacrónico (2021–2023)*. **Revista Mediterránea de Comunicación, 16**(1), e28010. https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/28010

Ávila Meléndez, L. R., & Beltrán Poot, A. D. (2024). *Uso, credibilidad y confianza de redes sociales: Percepción de estudiantes universitarios*. En *Redes sociales y ciudadanía: El reto de la formación del profesorado en educación mediática* (pp. 683–688). https://www.researchgate.net/publication/385207381_Uso_credibilidad_y_confianza_de_redes_sociales_Percepcion_de_estudiantes_universitarios

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Salaverría, R. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación. Articulaciones entre tradición y cambio*. Comunicación Social Ediciones.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (5.ª ed.). Convenio Andrés Bello.

Salaverría, R. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación. Articulación y perspectivas*. Comunicación y Sociedad, 36, 1-28.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución y tecnología*. Gedisa.

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar, 19*(38), 75-82.

Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo: De los medios de masas a la masa de medios*. Clave Intelectual.ç

Pérez Tornero, J. M., & Varis, T. (2012). *Alfabetización mediática y nuevo humanismo*. UNESCO Publishing.

Buckingham, D. (2019). *The Media Education Manifesto*. Polity Press.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19. *Profesional de la Información, 29*(3), 1-15.

Vizoso, Á., & Vázquez Herrero, J. (2019). *Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método*. Communication & Society

Buckingham, D. (2019). *La evolución de la alfabetización mediática: desafíos y nuevas direcciones*. Comunicar, 27(59), 15-23.

UNESCO. (2021). *Alfabetización mediática e informacional: currículo para docentes*. UNESCO.

Pérez Tornero, J. M., & Varis, T. (2012). *Alfabetización mediática y nuevo humanismo*. Editorial UOC.

Area, M., & Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar, 19*(38), 13-20. https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-01

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar, 19*(38), 75-82. https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08

Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución y tecnología*. Editorial Gedisa.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Pinto, M., & Guerrero-Quesada, D. (2017). *Cómo perciben las competencias informacionales los estudiantes universitarios españoles: un estudio de caso*. Investigación Bibliotecológica, 31(73), 213-236. https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2017.73.57854

Díaz Posligua, K. L., & Vélez Álava, N. (2024). *Las redes sociales como fuente de información y exploración científica en los estudiantes universitarios*. Revista San Gregorio, 1(Especial_1), 104-111. https://doi.org/10.36097/rsan.v1iEspecial_1.2572