



PERCEPCIONES Y REACCIONES ANTE LAS *FAKE NEWS* EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

*PERCEPTIONS AND REACTIONS TO FAKE
NEWS IN UNIVERSITY STUDENTS*

 Alejandra Mercedes Colina Vargas¹,

 Marcos Antonio Espinoza Mina²,

 Luis López Catalán³,

 Blanca López Catalán⁴

DOI: <https://doi.org/10.37135/chk.002.25.01>

Artículo de Investigación

Recibido: (02/07/2024)

Aceptado: (23/10/2024)

¹Universidad Tecnológica ECOTEC, Facultad Ingenierías, Arquitectura y Ciencias de la Naturaleza, Samborondón, Ecuador, email: acolina@ecotec.edu.ec

²Universidad Tecnológica ECOTEC, Facultad Ingenierías, Arquitectura y Ciencias de la Naturaleza, Samborondón, Ecuador, email: mespinoza@ecotec.edu.ec

³Universidad Pablo de Olavide, Departamento de Educación y Psicología Social, Sevilla, España, email: luislopcat@upo.es

⁴Universidad Pablo de Olavide, Facultad de Ciencias Empresariales, Sevilla, España, email: blopcat@upo.es



PERCEPCIONES Y REACCIONES ANTE LAS FAKE NEWS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

PERCEPTIONS AND REACTIONS TO FAKE NEWS IN UNIVERSITY STUDENTS

RESUMEN

El avance acelerado de las redes sociales y la creciente preferencia por las noticias en línea ha aumentado la preocupación por la propagación de *fake news*. La investigación que originó este artículo se planteó como objetivos explorar y analizar percepciones, nivel de conciencia y reacciones de los estudiantes universitarios de Ecuador ante las *fake news*. La metodología fue cuantitativa, descriptiva y correlacional, basada en una encuesta en línea con preguntas cerradas tipo Likert. Se utilizó un muestreo probabilístico con selección aleatoria de participantes. El análisis estadístico se realizó con Python, considerando frecuencias, porcentajes y pruebas de diferencias y correlaciones entre variables. Los encuestados incluyeron mayoritariamente jóvenes de género femenino en su segundo año de carrera, pertenecientes a las facultades de Derecho y Gobernabilidad y Ciencias Económicas y Empresariales de una universidad particular. La mayoría de los encuestados reconoció las *fake news* como un problema significativo y su impacto negativo. Se encontró una correlación positiva moderada entre la exposición a noticias falsas y la disminución de la credibilidad en los medios. Estos resultados subrayan la necesidad de desarrollar intervenciones educativas que mejoren la capacidad de los estudiantes para identificar y contrarrestar las *fake news*, mediante enfoques innovadores y tecnológicos.

PALABRAS CLAVE: Soledad, adicciones, redes sociales, adolescentes.

ABSTRACT

The accelerated advance of social networks and the growing preference for online news have increased concerns about spreading fake news. This article was developed to explore and analyze perceptions, levels of awareness, and reactions of university students in Ecuador to fake news. The quantitative, descriptive, and correlational methodology was based on an online survey with closed Likert-type questions. Probabilistic sampling with a random selection of participants was used. Statistical analysis was performed with Python, considering frequencies, percentages, and tests of differences and correlations between variables. Respondents included primarily young women in their second year of studies, belonging to the faculties of Law and Governance and Economics and Business Administration of a private university. Most respondents recognized fake news as a significant problem and its negative impact. A moderate positive correlation was found between exposure to fake news and decreased credibility in the media. These results underscore the need to develop educational interventions that improve students' ability to identify and counteract fake news using innovative and technological approaches.

KEYWORDS: Social networks, disinformation, colleges, statistical analysis



INTRODUCCIÓN

Las *fake news*, entendidas como noticias falsas que fecundan principalmente en entornos digitales, constituyen un fenómeno que ha capturado la atención tanto de académicos como de la sociedad en general. Durán & Tusa (2019) señalan que las redes sociales, debido a su anonimato y falta de regulación, son terrenos fértiles para la expansión de estas informaciones incorrectas. Este aspecto se agrava por la velocidad con la que las *fake news* se difunden en comparación con las verídicas, lo que afecta significativamente la esfera social y política. Esta rápida difusión se atribuye a “plataformas en línea y otros servicios de Internet” (González, 2019, p. 29), las cuales favorecen la proliferación de contenidos que inducen a error de manera intencionada.

El impacto de las *fake news* no se limita a la desinformación, sino que incide en la calidad del discurso público y la confianza en los medios de comunicación tradicionales. Catalina-García et al. (2019) destacan que “en un mundo interconectado, aumenta la información, pero también la desinformación y la propagación de noticias falsas, sin documentar, con autoría anónima, interesada o incluso maliciosa”, donde existe un fuerte deseo de confirmar prejuicios contra grupos o individuos considerados adversarios.

La cualidad de las redes sociales, que permite a los usuarios no solo consumir sino producir y distribuir contenido, resulta un factor determinante en la exacerbación de las *fake news* (Durán & Tusa, 2019). Samya et al. (2023) apuntan a la facilidad y rapidez con la que se puede compartir información en estas plataformas, lo que ha facilitado la invención y difusión de noticias falsas. Este entorno “no tan regulado de las redes sociales ha intensificado la prevalencia de *fake news*, con importantes implicaciones tanto para los individuos como para las sociedades” (Raman et al., 2024, párr. 2).

El objetivo subyacente de las *fake news* trasciende la mera transmisión de información; pues se centra en captar la atención y lograr el consenso dentro de un grupo social específico, a menudo sin preocuparse por la veracidad de lo comunicado (De la Peña, 2022). Plataformas como WhatsApp y Facebook han sido particularmente señaladas por su papel en facilitar y amplificar la diseminación de estas noticias (Lan & Tung, 2024), hecho que contribuye a un paisaje mediático donde la verdad a menudo queda oscurecida por la manipulación y la desinformación.

La *fake news*, caracterizadas por su naturaleza engañosa y manipuladora,



se han erigido como una problemática social contemporánea. Orhan (2023) las define como contenido inexacto o ficticio, publicado o difundido como información real, aun careciendo de veracidad. Esta definición subraya la intención detrás de las *fake news* de imitar la autenticidad del periodismo legítimo para engañar al público.

Por otro lado, Durán & Tusa (2019) expresan que “las noticias falsas o *fake news* han sido conceptualizadas como *posverdad* en el entorno periodístico digital”, y desempeñan un papel crucial en la influencia sobre las creencias personales por encima de los hechos objetivos. Catalina-García et al. (2019) profundizan en esta idea: “noticias falsas (...) intencionadas, producidas con un propósito definido: el de engañar” (p. 99).

La proliferación de las *fake news* se incrementa “con la aparición de internet y el enorme poder de difusión de la información a través de las plataformas digitales (como blogs, páginas web y redes sociales)” (Jiménez-Escalante & Guerra-Moreno, 2022, p.138), lo que facilita una difusión masiva y rápida que excede los límites tradicionales de la información. Internet no es solo una fuente de información, sino que se constituye como un espacio de interacción de consulta en el que todos los participantes pueden generar contenidos (CNDH México, 2019). En las últimas décadas se ha producido “un fuerte aumento en la cantidad de información errónea o *fake news* disponibles en línea” (Delaney et al., 2024, p. 34).

Chavero & Intriago (2021) y Esteban-Bravo et al. (2024) las describen como construcciones de información fabricada que imitan a los medios de comunicación legítimos, con el fin de engañar. Este engaño intencionado es una de sus características distintivas, diseñadas para manipular hechos y difundir desinformación (Hu et al., 2024; Raman et al., 2024).

Incluso, las emociones influyen en las respuestas de un sujeto a las noticias falsas; ciertos estados de ánimo asociados con la felicidad o mayor motivación generalmente correlacionan con la tendencia a creer información falsa (Kwek et al., 2023). Las *fake news* generan distorsiones de la memoria e influyen en el comportamiento de las personas. Según Leon et al. (2023) “en el marco de los grandes debates, la tendencia a generar falsos recuerdos a partir de *fake news* parece estar modulada por el alineamiento ideológico de cada individuo” (p. 24).

La irrupción de las *fake news* en plataformas de acceso abierto y su rápida expansión plantean desafíos significativos para la integridad de la información pública y la formación de opiniones basadas en hechos verificados (Durán & Tusa, 2019; Nieves-Cuervo et al., 2021). Este panorama destaca la importancia de abordar críticamente las fuentes de información y promover la alfabetización mediática entre usuarios para



combatir la influencia de las noticias falsas en la sociedad.

La creciente proliferación de noticias plantea serios desafíos para la educación mediática de los estudiantes universitarios. Sahu et al. (2023) señalan que los estudiantes dependen cada vez más de plataformas como WhatsApp, YouTube y Facebook para informarse, lo que aumenta su vulnerabilidad frente a la desinformación. A pesar de que emplean algunas estrategias para verificar la veracidad de las noticias, resultan insuficientes para detener su difusión. Kumar & Pandey (2023) concluyen que, aunque los estudiantes tienen un cierto nivel de conocimiento sobre la detección de noticias falsas, persisten deficiencias significativas en sus habilidades de pensamiento crítico.

Este estudio, enfocado en estudiantes universitarios de Ecuador, tiene como objetivo explorar sus percepciones y respuestas ante las *fake news*, un fenómeno poco investigado en el contexto latinoamericano. Investigaciones como la de El Rayess et al. (2018) subrayan la importancia de fortalecer la alfabetización mediática para contrarrestar la desinformación. Se examina cómo los estudiantes evalúan, identifican y responden a las noticias falsas en distintos contextos, considerando variables demográficas como edad, género, facultad y año académico. Asimismo, Orhan (2023) destaca que la enseñanza de competencias en alfabetización digital es fundamental para capacitar a los estudiantes en la identificación y mitigación de la propagación de noticias falsas. Este análisis pretende no solo comprender las actitudes de los jóvenes ecuatorianos, sino proponer estrategias efectivas para enfrentar los efectos de la desinformación.



METODOLOGÍA

Se asumió un enfoque cuantitativo y se exploraron aspectos descriptivos y correlacionales. Se utilizó una encuesta estructurada con ítems cerrados y escalas tipo Likert, que permitió la recolección y análisis sistemático de los datos (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). La encuesta, administrada a través de Google Forms, se dividió en secciones sobre información personal y dimensiones de percepción, conocimiento, comportamiento y actitudes hacia las *fake news*.

El estudio descriptivo documentó percepciones, actitudes y comportamientos de estudiantes universitarios, mientras que el análisis correlacional evaluó cómo las características demográficas influían en las respuestas de la encuesta para identificar tendencias significativas (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

La población del estudio abarcó 6412 estudiantes de las facultades de Ciencias de la Salud y Desarrollo Humano, Derecho y Gobernabilidad, Ciencias Económicas y Empresariales, Ingenierías, Arquitectura y Ciencias de la Naturaleza, Marketing y Comunicación, y Estudios Globales y Hospitalidad de una universidad ecuatoriana, matriculados durante el primer periodo intensivo de 2024, que transcurrió entre enero y marzo.

La selección de la muestra se efectuó mediante un método de muestreo probabilístico, siguiendo criterios rigurosos para garantizar la igualdad de oportunidades en la selección de los participantes (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). Utilizando el software “Decision Analyst STATS” y basado en un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, se determinó una muestra de 362 estudiantes.

Antes de la recolección de datos se aseguró el consentimiento informado de los participantes, quienes fueron debidamente informados de que los datos recabados serían utilizados exclusivamente con propósitos investigativos. El proceso de recolección de datos se llevó a cabo en febrero de 2024 mediante un formulario en línea, autoadministrado y anónimo, distribuido a través del correo electrónico institucional (Lione, 2023). Los temas abordados en la encuesta abarcaron familiaridad, identificación, experiencias personales, impacto y opiniones sobre estrategias de mitigación.

Para garantizar la validez de la encuesta, se realizó una prueba piloto que evaluó la consistencia interna de los ítems mediante el coeficiente alfa de Cronbach, asegurando así la fiabilidad de las mediciones relacionadas con la percepción de las *fake news*.

Tras una fase inicial de recolección de datos, se realizó una revisión preliminar y un proceso de depuración para eliminar registros duplicados y temporales, lo cual redujo el número de participantes efectivos a 582. El análisis de datos se efectuó utilizando el lenguaje de programación Python, aprovechando bibliotecas como Numpy, SciPy, Pandas y Matplotlib. Estas herramientas facilitaron el cálculo y la representación gráfica de los datos, así como un análisis exhaustivo que incluyó la evaluación de frecuencias, porcentajes y la implementación de pruebas específicas para estudiar las correlaciones entre las variables demográficas y las respuestas obtenidas (Rodríguez-Rivas & Rodríguez Castillo, 2022).

En la fase de análisis se evaluaron frecuencias y porcentajes mediante métodos estadísticos y se implementaron pruebas específicas del análisis de correlación para identificar diferencias y correlaciones entre variables demográficas y las respuestas obtenidas. Este enfoque permitió revelar patrones significativos y concluyentes en el estudio.



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

EVALUACIÓN CONSISTENCIA INTERNA DE LA ENCUESTA

Se empleó el lenguaje de programación Python para calcular el coeficiente alfa de Cronbach de las preguntas seleccionadas P02, P03, P12 y P13, se obtuvo un valor de 0.568. Aunque este valor no es excepcionalmente alto, es moderadamente aceptable en el contexto de estudios exploratorios que investigan temas complejos y multifacéticos, como las percepciones sobre las noticias falsas. La interpretación de este coeficiente indicó una coherencia interna razonable entre los ítems seleccionados, demostrando que estas preguntas mantienen una consistencia relativa en la medición del constructo de interés.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LOS PARTICIPANTES

La encuesta realizada a los estudiantes proporcionó información demográfica detallada referente a edad, género, facultad y año académico. En términos de edad, la mayoría de los encuestados se encontró en el rango de 18 a 21 años, representando el 73.54 % del total, seguidos por aquellos entre 22 y 25 años con un 22.85 %. Estos datos sugieren que la población encuestada es mayoritariamente joven.

En cuanto al género, la distribución fue relativamente equilibrada, aunque con una ligera predominancia del género femenino, que constituye el 52.06 % de los participantes. El género masculino representó el 47.08 %, mientras que los participantes no binarios conformaron un 0.86 %, lo que refleja una diversidad de género limitada en la muestra.

La distribución de los encuestados por facultad reveló una mayor concentración en las áreas de Derecho y Gobernabilidad (23.88 %) y Ciencias Económicas y Empresariales (23.20 %), seguidas por Ingenierías, Arquitectura y Ciencias de la Naturaleza (19.76 %).

Respecto al año académico, hubo una distribución relativamente uniforme entre los años, con una ligera predominancia de estudiantes de segundo año (31.79 %), seguidos de cerca por tercer año (25.09 %), cuarto año o superior (21.99 %) y primer año (21.13 %).



ANÁLISIS DE CORRELACIÓN DE LAS PERCEPCIONES SOBRE *FAKE NEWS*

Se aplicó una matriz de correlación para examinar las relaciones entre las respuestas de los encuestados a las preguntas basadas en la escala Likert entre las variables P02, P03, P12 y P13 (figura 1). Se destacó la existencia de correlaciones positivas entre las variables, con la relación más fuerte observada entre la pregunta P12 y P13 ($r = 0.550294$), lo que indica una asociación moderada entre las percepciones sobre el impacto de las *fake news* en la opinión pública y la confianza en los medios de comunicación.

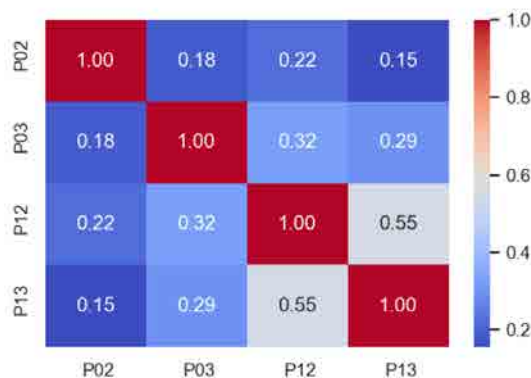


Figura 1: Matriz de correlación de variables P02, P03, P12 y P13

DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS Y PERCEPCIONES ESTUDIANTILES

Para la variable P02, un notable 69.24 % de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con que las *fake news* representan un problema significativo, mientras que un 24.05 % adicional estuvo de acuerdo, sumando un consenso del 93.29 % sobre la importancia de este asunto (figura 2). Este alto nivel de acuerdo subraya la conciencia generalizada sobre la amenaza que las *fake news* representan para la sociedad.



Figura 2: Distribución respuestas a ¿Cree que las *fake news* son un problema importante en la sociedad actual? (P02)



En la variable P03, la distribución de respuestas mostró que un 30.24 % de los participantes percibió el impacto de las *fake news* como muy negativamente, y un 44.33 % adicional como negativamente (tabla 1). Este predominio de percepciones negativas (74.57 % combinado) destaca la preocupación general sobre las consecuencias adversas de las noticias falsas en el entorno social y político.

Tabla 1: Distribución respuestas a ¿Cómo cree que las *fake news* afectan a la sociedad en general? (P03)

| Impacto Percibido | Cantidad | Porcentaje (%) |
|-------------------------|----------|----------------|
| Muy negativamente | 176 | 30.24 |
| Negativamente | 258 | 44.33 |
| Ni positiva ni negativa | 47 | 8.08 |
| Positivamente | 47 | 8.08 |
| Muy positivamente | 54 | 9.28 |

Para la pregunta P04, la mayoría de los encuestados (61 %) calificó su capacidad para identificar *fake news* como moderada, lo que sugirió un nivel de confianza intermedio en sus habilidades para discernir la veracidad de la información, planteando cuestiones sobre la eficacia de la educación mediática actual (figura 3).

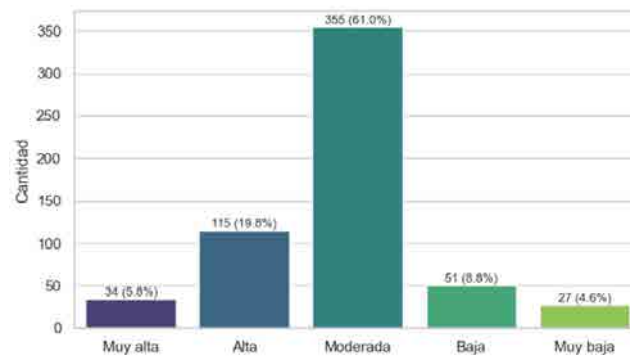


Figura 3: Distribución respuestas a ¿Cómo evaluaría su capacidad para identificar una *fake news*? (P04)

La respuesta a la pregunta P06 reveló que el 39.69 % de los estudiantes se posicionó en un punto neutro respecto a su familiaridad con conceptos relacionados con *fake news*, hecho que indica una posible brecha en el conocimiento específico sobre el tema, a pesar de la alta conciencia general.

En la pregunta P07, una significativa proporción de encuestados (43.47 %) afirmó casi nunca haber compartido noticias falsas, y un 26.29 %

adicional nunca, lo que sugiere una tendencia hacia la precaución en la difusión de información.

La pregunta P08 mostró que el 47.77 % de los participantes verificó la autenticidad de las noticias siempre o casi siempre antes de compartirlas, lo que refleja una práctica consciente y crítica en el manejo de información en redes sociales y otros medios (tabla 2).

Tabla 2: Distribución respuestas a **¿Qué tan a menudo verifica la autenticidad de una noticia antes de compartirla? (P08)**

| Frecuencia de Verificación | Cantidad | Porcentaje (%) |
|----------------------------|----------|----------------|
| Siempre | 93 | 15.98 |
| Casi siempre | 185 | 31.79 |
| A veces | 192 | 32.99 |
| Casi nunca | 73 | 12.54 |
| Nunca | 39 | 6.70 |

Para la pregunta P09, un 74.4 % de los encuestados negó haber tomado decisiones importantes basadas en noticias falsas, lo que indica un nivel de escepticismo o una capacidad efectiva para identificar información engañosa en contextos críticos.

En la pregunta P10, el 37.63 % de los estudiantes indicó que a veces ha cambiado su opinión sobre un tema importante después de leer una noticia falsa, lo que resalta la influencia sutil pero presente de las *fake news* en la formación de opiniones.

La distribución de respuestas para la pregunta P11 mostró que casi la mitad de los encuestados (49.66 %) calificó como normal su capacidad para recordar el último titular de noticia que leyeron, sugiriendo un nivel medio de atención o retención de la información mediática.

Para la pregunta P12, se observó una tendencia a reconocer el impacto de las *fake news* en la opinión pública, con un 52.75 % de los encuestados indicando que esto sucede siempre o casi siempre, resaltando la percepción de su influencia en la conformación de discursos públicos.

En la pregunta P13, un 59.96 % de los participantes creyó que las *fake news* disminuyen la confianza en los medios de comunicación siempre o casi siempre, lo que subraya la preocupación por el deterioro de la credibilidad mediática debido a la desinformación (figura 4).



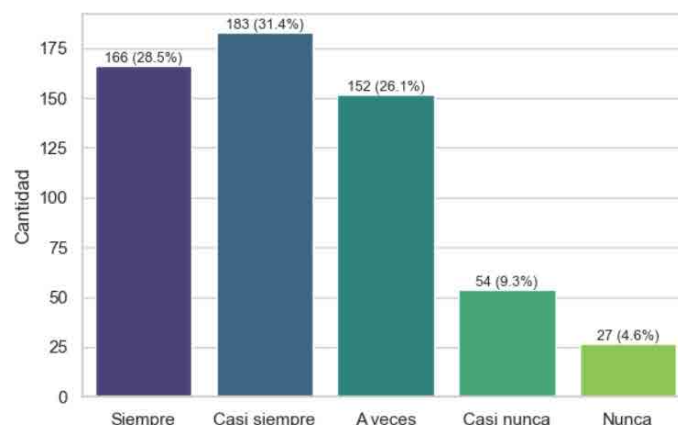


Figura 4: Distribución respuestas a ¿Cree que las *fake news* pueden disminuir la confianza en los medios de comunicación? (P13)

La respuesta a la pregunta P16 reveló que en su mayoría (62.36 %) los encuestados han presenciado discusiones o conflictos a veces o casi siempre debido a las *fake news*, enfatizando el impacto contradictorio de la desinformación en las interacciones sociales.

Se intercalaron en la encuesta, las preguntas P01, P05, P14, P15 y P17, con preguntas de selección múltiple. A diferencia de las preguntas anteriores de escala Likert, que miden el grado de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones específicas, estas capturan una respuesta específica dentro de opciones predefinidas.

Para la pregunta P01, un predominante 77.66 % asoció inmediatamente las *fake news* con noticias falsas, lo que subraya la comprensión generalizada de su naturaleza engañosa (tabla 3). En relación con las señales para identificar *fake news* (P05), el 51.37 % destacó la fuente desconocida o poco fiable como indicador clave, lo que refleja la importancia crítica de evaluar la fuente de información (tabla 4).

Tabla 3: Distribución respuesta a ¿Qué le viene a la mente cuando escucha la palabra *fake news*? (P01)

| Descripción | Cantidad | Porcentaje (%) |
|------------------------------|----------|----------------|
| Noticias falsas | 452 | 77.66 |
| Noticias engañosas | 88 | 15.12 |
| Noticias malintencionadas | 23 | 3.95 |
| Noticias que no son precisas | 12 | 2.06 |
| Desconozco | 7 | 1.20 |

Tabla 4: Distribución respuesta a ¿Cuáles son algunas de las señales que le permiten identificar una *fake news*? (P05)

| Descripción | Cantidad | Porcentaje (%) |
|------------------------------|----------|----------------|
| Noticias falsas | 452 | 77.66 |
| Noticias engañosas | 88 | 15.12 |
| Noticias malintencionadas | 23 | 3.95 |
| Noticias que no son precisas | 12 | 2.06 |
| Desconozco | 7 | 1.20 |

Al indagar sobre la principal fuente de *fake news* mediante la pregunta (P14), un notable 69.42 % de los encuestados apuntó a las redes sociales, lo que resalta la percepción de su papel central en la difusión de información errónea (tabla 5). En cuanto a las estrategias para combatir este problema en la pregunta (P15), reforzar las normas de verificación de hechos en los medios de comunicación fue la medida más respaldada con un 33.16 %, seguida de cerca por la educación a la población sobre cómo identificar *fake news* con un 32.47 % (tabla 6).

Tabla 5: Distribución respuesta a En su opinión, ¿cuál es la principal fuente de *fake news*? (P14)

| Fuente | Cantidad | Porcentaje (%) |
|--------------------------------------|----------|----------------|
| Redes sociales | 404 | 69.42 |
| Sitios web no verificados | 105 | 18.04 |
| Medios de comunicación tradicionales | 45 | 7.73 |
| Desconozco | 25 | 4.30 |
| Otro | 3 | 0.52 |

Tabla 6: Distribución respuesta a ¿Qué cree que se puede hacer para combatir el problema de las *fake news*? (P15)

| Estrategias | Cantidad | Porcentaje (%) |
|--|----------|----------------|
| Reforzar normas de verificación de hechos | 193 | 33.16 |
| Educar a la población sobre identificación | 189 | 32.47 |
| Desarrollar tecnologías para detección | 101 | 17.35 |
| Promover transparencia y responsabilidad en medios | 96 | 16.49 |
| Otro | 3 | 0.52 |

Finalmente, al considerar las consecuencias negativas de las *fake news* en la sociedad en la pregunta (P17), el 49.48 % de los participantes manifestó preocupación por la disminución de la confianza en las



instituciones, el 25.95 % por la influencia en las elecciones, el 17.01 % por la promoción de la polarización social, el 6.01 % por los daños económicos y el 1.55 % por otros efectos. Estos resultados destacan las profundas implicaciones sociales de la desinformación.

Además de las opciones de respuesta predeterminadas proporcionadas en las preguntas de elección múltiple, se ofreció a los encuestados la opción Otros para expresar alternativas no listadas. Aunque se recibieron algunas respuestas bajo esta categoría, su cantidad fue relativamente baja y no revelaron patrones consistentes o temas nuevos significativos que afectaran las tendencias generales observadas.

La era digital ha transformado radicalmente el panorama informativo, facilitando una manipulación de la información sin precedentes que compromete la confianza en las instituciones mediáticas y distorsiona la percepción pública. Skarpa et al. (2023) advierten que la capacidad de la tecnología digital para alterar información representa una amenaza considerable para la integridad de las sociedades democráticas.

En este contexto, Mellado-Moreno & Bernal-Bravo (2023) subrayan que el acceso a la educación y la información son derechos humanos fundamentales para combatir la difusión de noticias falsas. Asimismo, resaltan la necesidad urgente de promover una resiliencia informativa que permita a la sociedad enfrentar estos desafíos.

En este estudio la matriz de correlación ha revelado conexiones reveladoras entre las percepciones de los encuestados acerca de las *fake news*. Una correlación moderadamente fuerte entre las variables de las preguntas P12 y P13 indica que los estudiantes que notan un impacto significativo de las *fake news* en la opinión pública experimentan una disminución en su confianza hacia los medios de comunicación. Este vínculo subraya la necesidad de enfrentar la propagación de *fake news*, no solo por su influencia directa en la desinformación, sino por su capacidad para debilitar la confianza en las instituciones mediáticas.

Estos hallazgos ponen de manifiesto la complejidad de las dinámicas informativas en la era digital y resaltan la importancia de implementar estrategias educativas y regulatorias que fortalezcan la resiliencia informativa de la sociedad. Es fundamental capacitar a los ciudadanos en competencias críticas para que puedan entender, contrastar y verificar las noticias, aunado a un conocimiento tecnológico suficiente para comprender el funcionamiento de las redes y detectar manipulaciones sutiles, como las noticias falsas (Feltre et al., 2023).

La alta concordancia observada en la pregunta P02 respecto a la gravedad del problema de las *fake news* refleja una conciencia significativa entre los estudiantes, probablemente debido a la prevalencia de desinformación en los medios contemporáneos. Este nivel elevado de sensibilización



destaca la necesidad de estrategias educativas que promuevan la alfabetización mediática, con el fin de fortalecer la capacidad crítica de los individuos.

Jones et al. (2024)we develop a mathematical model on social networks in which news sharing is modeled as a coordination game. We use this model to study the effect of adding designated individuals who sanction fake news sharers (representing, for example, correction of false claims or public shaming of those who share such claims exploran los mecanismos mediante los cuales las historias falsas captan atención y se difunden ampliamente, a pesar de sus evidentes inexactitudes. Por otro lado, los hallazgos de Selnes (2024) son alentadores, al indicar que la conciencia sobre la existencia de noticias falsas y el riesgo de exposición a estas es alta entre los jóvenes.

La percepción mayoritariamente negativa sobre el impacto de las *fake news*, observada en P03, subraya la preocupación por las ramificaciones sociales de la desinformación y el requerimiento de implementar políticas y prácticas que fomenten la verificación de información. A pesar de la prevalencia de la desinformación entre los jóvenes, la verificación de noticias sospechosas aún no es una práctica extendida (Montemayor-Rodríguez, 2023).Diversos enfoques para la verificación de hechos y la detección de noticias falsas resaltan la urgencia de diseñar y desarrollar soluciones efectivas para combatir la desinformación (Ali Adeeb & Mirhoseini (2023).

El nivel moderado de confianza para identificar *fake news*, registrado en la pregunta P04, junto con la neutralidad respecto a la familiaridad con términos relacionados, observada en la pregunta P06, recalca las oportunidades para mejorar la educación mediática, y la necesidad de una mejor comprensión y reconocimiento de la desinformación.

Los estudiantes, debido a su alta dependencia de las redes sociales como fuentes de noticias, son particularmente susceptibles a las noticias falsas (Mai et al., 2023). Además, Ireton & Posetti (2020) afirman que los públicos bien informados que participan y comparten contenido creíble representan antídotos cruciales contra la propagación de desinformación.

La cautela al compartir (pregunta P07) y la verificación de autenticidad (pregunta P08) reflejan una tendencia positiva hacia un consumo crítico de información, aunque todavía hay espacio para promover prácticas de verificación más rigurosas entre los estudiantes. Castillo-Riquelme et al. (2021) argumentan que la credibilidad de las noticias falsas varía no solo con las características individuales de las audiencias, sino con el grado de discrepancia entre el contenido expuesto y las posibilidades reales de su ocurrencia.



La influencia de las *fake news* en la formación de opiniones (pregunta P10) y en la confianza hacia los medios (pregunta P13) destaca la sutileza con la que la desinformación moldea percepciones y deteriora la credibilidad de las fuentes informativas. Esto requiere un enfoque multifacético que combine educación, regulación y tecnología para contrarrestar estos efectos.

Broda & Strömbäck (2024), aluden a que la proliferación de la desinformación, particularmente a través de las plataformas digitales y redes sociales, crea condiciones ideales para la rápida difusión de contenido falso, e influye considerablemente en la opinión pública (Sandu et al., 2024).

Observar conflictos derivados de las *fake news* (pregunta P16) ilustra su capacidad para provocar divisiones, y resalta la importancia de fomentar un diálogo informado y constructivo en el espacio público. Los hallazgos sugieren que el creciente uso de tecnología y la popularidad de las redes sociales facilitan la rápida diseminación de desinformación, lo cual puede confundir y manipular a los lectores (Sandu et al., 2024).

Los resultados develan las complejas percepciones estudiantiles sobre las *fake news*. La clara identificación de estas como noticias falsas (pregunta P01) y la señalización de fuentes desconocidas o poco fiables (pregunta P05) como principales indicadores inciden en la necesidad de educar sobre la evaluación crítica de las fuentes.

La predominancia de las redes sociales como fuente principal de *fake news* (pregunta P14) plantea un desafío y una oportunidad para estas plataformas de adoptar un rol más activo en la mitigación de la desinformación. Las normas de verificación de hechos (pregunta P15) aluden al rol de los medios de comunicación y de la educación pública como crucial en la lucha contra las *fake news* (Berrondo-Otermin & Sarasa-Cabezuelo, 2023).

La preocupación por la disminución de la confianza en las instituciones debido a las *fake news* (pregunta P17) enfatiza el impacto negativo en el tejido social y la credibilidad de los sistemas democráticos, e invita a una reflexión profunda sobre las estrategias necesarias para abordar esta problemática y sus efectos perjudiciales.

En definitiva, la inclusión de la opción Otros en las preguntas de elección múltiple buscaba capturar una gama más amplia de perspectivas. Sin embargo, las respuestas únicas recibidas bajo esta categoría fueron limitadas y no alteraron de manera sustancial la comprensión de las actitudes y percepciones hacia las *fake news*. Este hallazgo sugiere que las opciones de respuesta proporcionadas lograron captar adecuadamente las principales tendencias entre los participantes.



Por otro lado, los resultados de este estudio se alinean con investigaciones que identifican y verifican noticias falsas entre estudiantes universitarios. Sahu et al. (2023) acentúan que el acceso y la evaluación crítica combaten la desinformación, lo que coincide con los hallazgos obtenidos, donde los estudiantes identificaron señales como títulos sensacionalistas o fuentes no confiables (pregunta P05). De manera similar, López-Meri et al. (2024), señalan que los estudiantes valoran la verificación de la información, algo reflejado en este estudio, donde muchos participantes afirmaron que verifican las noticias antes de compartirlas (pregunta P08).

Asimismo, los resultados confirman lo propuesto por Orhan (2023) sobre el impacto de las *fake news* en la toma de decisiones, ya que varios participantes admitieron haber tomado decisiones importantes basadas en información falsa (P09) o haber cambiado de opinión sobre temas significativos (pregunta P10). Finalmente, Kumar & Pandey (2023) observan que la proliferación de noticias falsas erosiona la confianza en los medios, un fenómeno también presente en este estudio, donde los encuestados indicaron que las *fake news* reducen la confianza en los medios de comunicación (pregunta P13).



CONCLUSIONES

La mayoría de los estudiantes universitarios encuestados reconocen a las *fake news* como un problema significativo. Con un consenso del 93.29 %, los resultados reflejan una alta conciencia sobre los efectos negativos que estas noticias falsas tienen en la sociedad, lo cual es alentador y demuestra una preocupación generalizada sobre la desinformación y sus consecuencias.

Además, un 74.57 % de los participantes percibe el impacto de las *fake news* de manera negativa, lo que subraya la gravedad de las consecuencias sociales y políticas de la desinformación, al destacar cómo las noticias falsas deterioran el tejido social y disminuyen la confianza en los medios de comunicación tradicionales.

A pesar de esta conciencia, los estudiantes muestran una confianza moderada en su capacidad para identificar *fake news*. Este hallazgo sugiere que, aunque los estudiantes están conscientes del problema, aún existe una necesidad significativa de fortalecer la educación mediática y mejorar las habilidades de verificación de información.

La investigación también reveló una correlación positiva moderada

entre la exposición a *fake news* y la disminución de la credibilidad en los medios de comunicación. Esto indica que, a mayor exposición a desinformación, mayor la desconfianza hacia las fuentes de noticias tradicionales, lo cual resalta la necesidad de estrategias para reducir la propagación de noticias falsas y restaurar la credibilidad de los medios.

En cuanto a las prácticas de verificación, aunque un número considerable de estudiantes comprueba la autenticidad de las noticias antes de compartirlas, todavía hay margen para mejorar estas prácticas. Es fundamental educar a los estudiantes sobre técnicas y herramientas de verificación para promover un consumo de información más crítico y consciente.

Las *fake news* también influyen sutilmente en la formación de opiniones entre los estudiantes. Este impacto destaca la importancia de promover un enfoque más crítico y consciente en el consumo de información, para contrarrestar la manipulación y la desinformación.

Los estudiantes reconocieron, además, a las redes sociales como la principal fuente de *fake news*. Este resultado plantea un desafío tanto para las plataformas digitales como para los usuarios, quienes deben colaborar en la lucha contra la desinformación y en la promoción de prácticas informativas responsables.

A partir de los resultados de este estudio, debe fortalecerse la alfabetización mediática entre los estudiantes universitarios. Se recomienda implementar talleres y cursos prácticos en el currículo académico enfocados en el desarrollo de habilidades críticas para identificar y contrarrestar las *fake news*. Dichos talleres deben integrar el uso de herramientas tecnológicas de verificación de información, así como la promoción de prácticas responsables en redes sociales.

De igual manera, las dependencias universitarias deben promover campañas institucionales que sensibilicen sobre el impacto negativo de las *fake news* y alienten a los estudiantes a compartir información verificada. Estas iniciativas no solo aumentarían la capacidad de discernimiento de los estudiantes, sino que también contribuirían a la restauración de la confianza en los medios de comunicación tradicionales.

DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES: Los autores declaran no tener conflictos de interés, aunque es menester notificar que este trabajo constituye resultado del proyecto: “Incluyendo la Educación para el Desarrollo (ED) en el currículum de la ESO: promoviendo un modelo de ciudadanía crítica y empoderamiento social ante los nuevos retos de la emergencia climática, pobreza y desigualdades, agudizadas



por la covid19” (Referencia: 2020UE004), financiado por Agencia Andaluza de Cooperación Internacional al Desarrollo y además ha sido financiado parcialmente por el proyecto “Assesment de la innovación de las entidades que participan en la Asociación Española de Fundraising y elaboración de material formativo” con Referencia Universitas XXI 2022/00259/001

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES Y AGRADECIMIENTOS: A continuación, se menciona la contribución de cada autor, en correspondencia con su participación, utilizando la Taxonomía Crédit:

- Alejandra Mercedes Colina Vargas: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Redacción - borrador original, Redacción, revisión y edición.
- Marcos Antonio Espinoza Mina: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Redacción - borrador original, Redacción, revisión y edición.
- Luis López Catalán: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Redacción - borrador original, Redacción, revisión y edición.
- Blanca López Catalán: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Redacción - borrador original, Redacción, revisión y edición.

Los autores agradecen el aporte financiero de la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional al Desarrollo y del proyecto “Assesment de la innovación de las entidades que participan en la Asociación Española de Fundraising y elaboración de material formativo”, lo que facilitó la realización de la investigación, aunque no son responsable del contenido de este artículo.

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DEL COMITÉ DE ÉTICA:

Los autores declaran que la institución no tiene comité de ética, sin embargo, se completó el consentimiento informado de los entrevistados.

DECLARACIÓN A DE DISPONIBILIDAD DE DATOS: Los autores declaran que los datos utilizados en la investigación ejecutada, se encuentran disponibles y sin restricciones de acceso para ser analizados por los interesados en el repositorio <https://zenodo.org/doi/10.5281/zenodo.12702200>



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ali Adeeb, R., & Mirhoseini, M. (2023). The impact of effect on the perception of fake news on social media: a systematic review. *Social Sciences*, 12(12), 674. <https://n9.cl/6tang>
- Berrondo-Otermin, M., & Sarasa-Cabezuelo, A. (2023). Application of artificial intelligence techniques to detect fake news: a review. *Electronics*, 12(24), 5041. <https://n9.cl/huozl>
- Broda, E., & Strömbäck, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139-166. <https://n9.cl/y2kq9h>
- Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J. P., & Durán-Anabalón, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, 34, 87-108. <https://n9.cl/7qgqr>
- Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Cristina Silva Sousa, L. C. S. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93-115. <https://n9.cl/l3oja>
- Chavero, P., & Intriago, D. (2021). Las fake news como herramienta política durante la pandemia del COVID-19 en Ecuador. *Cuaderno*, (136), 19-35. <https://n9.cl/m3vdtf>
- CNDH México. (2019). *Reporte sobre las campañas de desinformación, “noticias falsas (fake news)” y su impacto en el derecho a la libertad de expresión*. Comisión Nacional de los Derechos Humanos.
- De la Peña, R. (2022). Noticias falsas en tiempos de la posverdad. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 17(33), 88-103. <https://n9.cl/xn2oa>
- Delaney, T., Castillo, L., Friehs, M. A., Buttlar, B., & Greene, C. M. (2024). Us versus them: The role of national identity in the formation of false memories for fake news. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 30(1), 33-47. <https://n9.cl/gt59l>
- Durán, M. B., & Tusa, F. (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: un análisis de caso. *#PerDebate*, 3, 18-41. <https://n9.cl/4f1lv>
- El Rayess, M., Chebl, C., Mhanna, J., & Hage, R. M. (2018). Fake news judgement: The case of undergraduate students at Notre Dame University-Louaize, Lebanon. *Reference Services Review*,



46(1), 146-149. <https://n9.cl/oqg9e>

- Esteban-Bravo, M., Jiménez-Rubido, L. M., & Vidal-Sanz, J. M. (2024). Predicting the virality of fake news at the early stage of dissemination. *Expert Systems with Applications*, 248, 123390. <https://n9.cl/ei7fzt>
- Feltrero, R., Hernando, S., & Acosta-Sznajderman, L. (2023). Educomunicación contra las fake news: una experiencia en sMOOC para el desarrollo de la alfabetización mediática crítica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 181-194. <https://n9.cl/eeqte7>
- González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (45), 29-52. <https://n9.cl/dk6e0v>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (primera edición). McGraw-Hill Education.
- Hu, B., Mao, Z., & Zhang, Y. (2024). An overview of fake news detection: From a new perspective. *Fundamental Research*, S2667325824000414. <https://n9.cl/t7qem>
- Ireton, C., & Posetti, J. (2020). *Periodismo, noticias falsas and desinformación*. UNESCO.
- Jiménez-Escalante, J. T., & Guerra-Moreno, D. (2022). Fake news, libertad de expresión y derecho a la información, un nuevo reto para la responsabilidad civil. *Saber, Ciencia y Libertad*, 17(1), 138-174. <https://n9.cl/r5ccv>
- Jones, M. I., Pauls, S. D., & Fu, F. (2024). Containing misinformation: Modeling spatial games of fake news. *PNAS Nexus*, 3(3), 1-9. <https://n9.cl/yba2s>
- Kumar, A., & Pandey, G. (2023). A study to analyze awareness and detection level of fake news among university students. *Global Media Journal*, 21(60). <https://n9.cl/lzdbd>
- Kwek, A., Peh, L., Tan, J., & Lee, J. X. (2023). Distractions, analytical thinking and falling for fake news: A survey of psychological factors. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1). <https://n9.cl/180eu>
- Lan, D. H., & Tung, T. M. (2024). Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 1-24. <https://n9.cl/oy71n>
- Leon, C. S., Bonilla, M., Brusco, L. I., Forcato, C., & Benítez, F.



- U. (2023). Fake news and false memory formation in the psychology debate. *IBRO Neuroscience Reports*, 15, 24-30. <https://n9.cl/umb9vu>
- Lione, S. V. (2023). Trabajo académico y trabajo reproductivo en pandemia. análisis de una universidad pública en Argentina. *Chakiñan*, (22), 35-50. <https://n9.cl/kt3mwh>
- López-Meri, A., Doménech-Fabregat, H., & Marcos-García, S. (2024). Digital competencies in verifying fake news: assessing the knowledge and abilities of journalism students. *Societies*, 14(5), 66. <https://n9.cl/3wslyb>
- Mai, O. L. T., Ngoc, H. L., Huong, T. P., Anh, B. H., Thanh, T. N. T., Duc, D. N., Thi, O. H., Dieu, L. P., Mai, T. O. T., Thuy, H. P. T., & Thi, P. B. (2023). Factors Affecting Students' Fake News Identification during COVID-19 in Vietnam: Access from Sociological Study and Application of PLS-SEM Model. *Wseas Transactions on Business and Economics*, 20, 1422-1438. <https://n9.cl/a9jpbq>
- Mellado-Moreno, P. C., & Bernal-Bravo, C. (2023). Evaluación de recursos digitales en abierto para la competencia digital y mediática desde una perspectiva educomunicativa. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 195-205. <https://n9.cl/q0v33q>
- Montemayor-Rodríguez, N. (2023). Percepción y consumo de desinformación en jóvenes universitarios. *Espacios*, 44(3), 1-16. <https://n9.cl/ryill>
- Nieves-Cuervo, G. M., Manrique-Hernández, E. F., Robledo-Colonia, A. F., & Grillo, E. K. A. (2021). Infodemia: Noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Revista Panamericana de Salud Pública*, (45), 1-8. <https://n9.cl/4dprv>
- Orhan, A. (2023). Fake news detection on social media: The predictive role of university students' critical thinking dispositions and new media literacy. *Smart Learning Environments*, 10(29). <https://n9.cl/pcmrr>
- Raman, R., Kumar Nair, V., Nedungadi, P., Kumar Sahu, A., Kowalski, R., Ramanathan, S., & Achuthan, K. (2024). Fake news research trends, linkages to generative artificial intelligence and sustainable development goals. *Heliyon*, 10(3), e24727. <https://n9.cl/2d9hp>
- Rodríguez Rivas, J. G., & Rodríguez Castillo, S. (2022). Uso de Python para el análisis de datos aplicado en la investigación. *Investigación*



y *Ciencia Aplicada a la Ingeniería*, 5(34), 33–40. <http://ojs.incaing.com.mx/index.php/ediciones/article/view/188>

- Sahu, L., Mazumder, S., & Deb, S. (2023). *How students identify and evaluate fake news: A case study of a management college. Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*, 12(1), 21-41. <https://n9.cl/y1fexq>
- Samya, S. S. R., Tonmoy, Md. S. I., & Rabbi, Md. F. (2023). A cognitive behaviour data analysis on the use of social media in global south context focusing on Bangladesh. *Scientific Reports*, 13(1). <https://n9.cl/4o9w3g>
- Sandu, A., Ioanăș, I., Delcea, C., Florescu, M. S., & Cotfas, L. A. (2024). Numbers Do Not Lie: A Bibliometric Examination of Machine Learning Techniques in Fake News Research. *Algorithms*, 17(2), 70. <https://n9.cl/qto2vb>
- Selnes, F. N. (2024). Fake news on social media: Understanding teens' (Dis)engagement with news. *Media, Culture & Society*, 46(2), 376-392. <https://n9.cl/kd2fh>
- Skarpa, P. E., Simoglou, K. B., & Garoufallou, E. (2023). Russo-Ukrainian War and Trust or Mistrust in Information: A Snapshot of Individuals' Perceptions in Greece. *Journalism and Media*, 4(3), 835-852. <https://n9.cl/fi7i7>





Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571781878001>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Alejandra Colina, Marcos Espinoza, Luis López, Blanca López
**PERCEPCIONES Y REACCIONES ANTE LAS FAKE NEWS EN
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**
**PERCEPTIONS AND REACTIONS TO FAKE NEWS IN
UNIVERSITY STUDENTS**

Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades
núm. 25, p. 19 - 40, 2025
Universidad Nacional de Chimborazo,
ISSN-E: 2550-6722

DOI: <https://doi.org/10.37135/chk.002.25.01>