

# Actitud frente a las fake news entre jóvenes universitarios<sup>1</sup>

Néstor Alcides García Lara , Yuleidy Sanjuán Guzmán  & Francisco Javier Maza Ávila   
Universidad de Cartagena - Colombia

ACCESO  ABIERTO

**Para citaciones:** García Lara, N., Sanjuán Guzmán, Y., & Maza Ávila, F. (2021). Actitud frente a las fake news entre jóvenes universitarios. Revista de jóvenes investigadores Ad Valorem, 4(2), 82-102. <https://doi.org/10.32997/RJIA-vol.4-num.2-2021-3702>

**Autor de correspondencia:**  
Néstor Alcides García Lara  
[ngarcial@unicartagena.edu.co](mailto:ngarcial@unicartagena.edu.co)

**Editor:** Bernardo Romero Torres.  
Universidad de Cartagena-Colombia.

**Tipología IBN Publindex:**  
Artículo de investigación científica y tecnológica

**Copyright:** © 2021. García Lara, N., Sanjuán Guzmán, Y., & Maza Ávila, F. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.



## RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar la literatura correspondiente a los estudios dirigidos a valorar la actitud de los jóvenes universitarios frente a las Fake News. Para tal fin, se ha realizado una revisión sistemática de la literatura fundamentada en estudios publicados durante el periodo 2010-2020, en bases de datos como Scielo, EBSCOHost, Dialnet y Google Scholar, teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión en el proceso de selección de los artículos. A partir de la revisión sistemática se pudo apreciar que una gran proporción de los estudios concordaban en que los jóvenes universitarios cuentan con capacidad para detectar Fake News en los medios sociales, evidenciando estar en constante alerta y precaución, los jóvenes declarados capaces fueron clasificados en niveles alto, medio y bajo. Los mismos universitarios evidenciaron una actitud positiva frente a la presencia de Fake News adoptando múltiples prácticas con la finalidad de reducir su influencia en el resto de usuarios de internet, así como su propia exposición.

**Palabras clave:** Fake news; medios sociales; jóvenes universitarios; comportamiento social.

## Attitude to "fake news" among young university students

### ABSTRACT

The aim of this article is to analyze the literature corresponding to the studies aimed at assessing the attitude of university students towards Fake News. To this end, a systematic review of the literature has been carried out, based on studies published during the period 2010-2020, in databases such as Scielo, EBSCOHost, Dialnet and Google Scholar, taking into account the inclusion and exclusion criteria in the selection process of articles. The systematic review showed that a large proportion of the studies agreed that university students have the capacity to detect Fake News on social media, showing that they are on constant alert and caution, young people declared capable were ranked at high, medium and low levels. The same university students showed a positive attitude towards the presence of Fake News, adopting multiple practices in order to reduce their influence on the rest of internet users, as well as their own exposure.

**Keywords:** Fake news; social media; college kids; social behavior.

<sup>1</sup> Este artículo fue elaborado en el marco del Seminario de Investigación como Opción de Grado (Cohorte IV), organizado en el año 2021 por el programa de Administración Industrial de la Universidad de Cartagena, Colombia.

## 1. INTRODUCCIÓN

Los individuos, por naturaleza, siempre precisaron obtener información de su entorno con la finalidad de utilizarla para subsistir. Sin embargo, dicha necesidad y forma de satisfacción ha evolucionado a la par del desarrollo tecnológico, en especial de los medios sociales. En la actualidad, se puede obtener tanto información veraz como falsa de las fuentes de información masivas de enorme accesibilidad. A la información no veraz obtenida de medios sociales se le atribuye de forma popular el anglicismo Fake News, que corresponde a información incierta o imprecisa distribuida en múltiples medios sociales. En general, suelen crearse con intención de deformar sucesos o hechos sociales, influyendo en la conducta de los individuos, con el fin de favorecer a intereses personales (Lazer et al., 2018).

En la actualidad, las Fake News han demostrado adaptarse a la par de la evolución de la internet entre otros medios sociales, y con ello, intensificado su exposición hacia las personas, en especial, hacia la población dentro del rango de edad entre 16 a 36 años, quienes pertenecen a las generaciones que mayor contacto han tenido con los últimos avances tecnológicos en redes e interconexión de equipos (Mendiguren et al., 2020). De acuerdo con estadísticas de la World Internet Users Statistics and 2021 World Population Stats (2021) se evidencia una penetración media global del internet del 65,6%, observándose en el continente americano una media de 82,2%, y en Sudamérica una penetración del 75,6%; asimismo, los estudios demuestran un considerable aumento del acceso a la información en la red por parte de la población en general. La población mencionada con anterioridad, suele caracterizarse por su afinidad con las TIC's, dado su contenido transferible, útil y accesible, es también por ello que el consumo de información de estos grupos es obtenido, en mayoría, de los medios sociales, en especial de las redes sociales. Por el contrario, estos individuos evidencian un bajo interés por fuentes de noticias tradicionales (Marchi, 2012).

La propagación de información incierta se ha convertido en un problema frecuente que afecta a cada sector de la sociedad. La influencia de las Fake News se evidencia más en las redes sociales, cuyas condiciones favorables garantizan un mayor impacto en el entorno físico. En el contexto descrito, a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI, fueron percibidas campañas desinformativas de gran magnitud que abordaban temas relacionados a la salud, vacunas, el origen de la vida, alimentación, cambio climático, enfermedades, nutrición, migración y armas. En la situación anterior, quienes se ubican como los más afectados son las comunidades más jóvenes, los cuales son objeto de constante información de distinta índole, casos en los que la mayoría de las veces quienes las reciben no poseen un criterio bien formado para distinguir la información veraz de su contraparte (Allcott & Gentzkow, 2017).

Los individuos del rango de edad especificado antes, son expuestos de forma constante a Fake News. Un estudio en España revela que los jóvenes entre los 15 y 24 años de edad las obtienen con frecuencia a través de las redes sociales y otras aplicaciones de comunicación, el 94,1% de los jóvenes asegura que reciben al menos una vez al mes este tipo de información y que solo el 5,9% no ha recibido nunca este tipo de contenido (Calderón et al., 2020). Considerando la evidente falta de sentido crítico con la información en las redes por parte de muchos internautas, se entiende la preocupación por el impacto negativo que pudiera generarse por las decisiones tomadas, con base a esta influencia, en el entorno físico.

El panorama actual es aún más preocupante considerando que, según Wineburg & McGrew (2016), al ser los jóvenes considerados como "internautas nativos", un tramo considerable de la población adulta suele confiar en el juicio de estos, frente a la exposición de noticias fraudulentas, de las cuales varias pueden ser perjudiciales en caso de darles credibilidad. Las cuestiones anteriores dieron pie a los objetivos de esta investigación, los cuales son: i) Determinar la capacidad de los jóvenes para identificar Fake News en los medios sociales, ii) Determinar la actitud que asumen los jóvenes frente a las Fake News. Para la realización de la presente revisión se vio necesario abordar las siguientes interrogantes: ¿Consideran los jóvenes que están capacitados para detectar Fake News? y ¿Qué postura asumen al identificar Fake News en los medios sociales que frecuentan? Acorde la problemática descrita antes, en este contexto es importante realizar un estudio que permita conocer la actitud que tienen los jóvenes universitarios ante las Fake News, ya que son consumidores, pertenecientes a la era digital, y como tal tienen la responsabilidad de regular, verificar y difundir información pertinente y veraz que permita el correcto desarrollo de los diferentes procesos en el entorno social. Lo anterior, con el debido acceso a la literatura existente referente al tema.

Además, los resultados de la investigación aportarán al público un panorama actualizado de la problemática, que, además, pueda servir como una base para rediseñar y desarrollar estrategias en aras de reducir el impacto negativo que las Fake News generan en la población universitaria, beneficiando a profesionales, estudiantes o cualquier persona interesada en la temática.

## **2. APROXIMACIONES TEÓRICAS**

### **2.1. Medios sociales y Fake News**

Lazer (2018) concibe las Fake News como información fabricada que imita al contenido principal, modificando la organización e intensidad aplicada en el original, además de no tener en consideración las normas y procesos editoriales para garantizar la exactitud y credibilidad de la información, es decir, son hechos

deformados de forma premeditada, pretendiendo incidir en el comportamiento, actitudes y opiniones de las personas. Ahmed (2017) categoriza el concepto anterior en tres grupos: el primer grupo son noticias falsas en su totalidad, arregladas por los escritores de los artículos; el segundo grupo son las noticias de sátira falsa, cuya meta principal es proporcionar humor a los consumidores; el tercer grupo son artículos de noticias mal escritos, que tienen algún grado de noticias reales pero no son del todo exactos.

Por otro lado, pese a la observable incidencia de las Fake News en la cotidianidad, esta es una expresión que se hizo popular en las elecciones de los Estados Unidos de 2016. Antes de estas elecciones, denotaba sobre todo noticias erróneas que con frecuencia se realizaban o se utilizaban como una terminación para la crítica política (Aukett, 2019). Según Montero & Halpern (2019), se indica como un factor crucial para la divulgación de Fake News las redes sociales, la dispersión de información independiente al medio, de personas a otras, quienes las comparten de forma constante sin aplicar un mínimo cuestionamiento a su validez dando por hecho que provienen de fuentes confiables y/o veraces.

En la actualidad, la mayor parte de la información disponible, independiente de su veracidad, es distribuida a través de los medios sociales. Según Carr (2015), se conciben a los medios sociales como canales cuyo impulsor es el internet; estos permiten a los usuarios interactuar de forma oportuna, selectiva auto presente, tanto de manera sincrónica como asincrónica, con audiencias amplias y/o estrechas quienes se benefician del contenido creado por los usuarios y la percepción de interacción con otros.

De lo anterior se puede apreciar una estrecha relación entre los medios sociales y el tema; no obstante, desde otra perspectiva, Losada-Maestre (2020) puntualiza el aspecto de cómo los individuos se relacionan con la verdad como un factor que agudiza la problemática, en contraste a la idea sostenida sobre que el desarrollo de la tecnología es el principal agravante. Los individuos, en general, prefieren consumir información u opiniones que confirmen un punto de vista o postura al que se atengan con anterioridad optando por evitar información que contradiga, en alguna forma, su ideología (An et al., 2014).

Pese a la existencia de diferentes posiciones respecto a factores que promueven las Fake News en la red, es apreciable que el internet ha intensificado la ausencia de veracidad en las noticias brindando acceso total a ellas, independiente al tipo de usuarios, distribuyendo la información por medio de sus distintos canales, en especial, considerando el incremento de la penetración del internet en la actualidad; esta modalidad no pasa imprevista entre los individuos causando que sean conductos y fuentes de información (Catalina-García et al., 2019). Ahondando en lo anterior, la difusión de noticias de dudosa confiabilidad se ha convertido en una situación regular en la era de las redes sociales, estas, al ser

un medio al cual no se le es adjudicable algún tipo de responsabilidad en cuanto a la regulación de información veraz y pertinente, se sitúan, así como el entorno propicio para la expansión de contenidos engañosos, con intenciones ocultas de índole político, ideológico, económico, etc. (Mendiguren et al., 2020).

El problema anterior, con el tiempo y a la par de la evolución de los medios de comunicación, ha pasado a hacer especial efecto en la población joven. Los jóvenes son una población vulnerable frente a la incidencia de las Fake News, debido a que con la creación y masificación de las redes sociales, estos se exponen a diario a dicha desinformación, a ello se le debe sumar que, según Vara Miguel et al. (2018), los medios sociales como las redes sociales y los blogs han superado la credibilidad que mantenían las webs, diarios y revistas, centrándose así como una de las fuentes de información preferidas dentro de la comunidad estableciendo una relación que indica que entre más joven es la población estudiada, más propensa es a preferir dicha fuente.

En cuanto a la propagación de Fake News por medios sociales, múltiples estudios han demostrado que las redes sociales son el método más rápido de proliferación de éstas, sobre todo Facebook, el cual ha sido catalogado como el principal, a lo anterior se adiciona el hecho de que, en la mayoría de casos, los individuos comparten dicha desinformación basando su criterio sólo en quien la comparte, ignorando cualquier otro factor necesario de observarse durante la evaluación, lo que magnifica la falta de sentido crítico y el consumismo de la información (Fernández García, 2017).

Como se hizo mención al inicio, uno de los países donde más ha sido evidente el impacto de las Fake News en acontecimientos importantes -y que, por tanto, ha enfocado considerables esfuerzos por aminorar su influencia- es Estados Unidos, cuyo caso más reciente se presentó durante las elecciones presidenciales en el año 2016, donde se observó cómo, mediante las nuevas plataformas sociales en la red, fueron reducidos los debates políticos sustantivos a hechos arbitrarios, privilegiando a los candidatos carismáticos o "telegénicos" sobre aquellos que podrían tener mayor capacidad para liderar, pero aun así menos populares (Allcott & Gentzkow, 2017); dicho lo anterior, a partir de una encuesta se demostró que el 62% de estadounidenses, adultos y jóvenes adultos, se informaron del tema, en su mayoría de medios sociales, en especial de redes sociales como Facebook y Twitter, (Gottfried & Shearer, 2016), en las cuales se pudo observar que la mayoría de las Fake News tendían a favorecer a Donald Trump sobre Hillary Clinton (Silverman, 2016), y que los mismos individuos confirmaron haber creído en su momento.

Como respuesta al problema mundial, se origina la alfabetización informacional, las instituciones que se dedican a dicha tarea priorizan criterios de evaluación como la exactitud y la autoridad de la fuente de información para la validación y

redistribución de la información en la red; pretenden reducir la influencia de las Fake News, preparando, desde una edad temprana, a consumidores y distribuidores de información. Las anteriores instituciones coinciden en que uno de los principales retos al abordar dicha tarea suelen ser las características o factores de la información, que motivan a los jóvenes a enviar y compartir publicaciones en las redes sociales, por ejemplo, algunas personas comparten mensajes que encuentran entretenidos, otros prefieren las noticias de última hora, muchos suelen priorizar aquellas noticias que denotan cierto grado de amenaza, así como también están otros individuos que prefieran compartir información a modo de reafirmar su postura frente a algún tema en concreto hacia los demás (Chen et al., 2015).

## 2.2. Riesgo percibido y entorno digital

En el estudio de la percepción se involucran múltiples enfoques y áreas, como el filosófico y psicológico, en la tarea de entender la naturaleza de la percepción. En el área de la psicología se define a la percepción como el proceso cognitivo, en estado consciente, por el cual la mente reconoce, interpreta y dota de significado, a partir de juicios, a los elementos del entorno físico y social, haciendo uso de la información sensorial obtenida mediante los sentidos (Vargas Melgarejo, 1994). Asimismo, Oviedo (2004) establece un supuesto el cual afirma que la percepción permite la creación de juicios y conceptos de los elementos del entorno, priorizando las características más distinguibles; lo anterior, con el objetivo de aportar coherencia y mejorar el desempeño en los procesos racionales de la mente, a lo anterior, se concibe a la percepción como un proceso de carácter holístico. Otras corrientes resaltan su carácter biocultural, es decir, es evidente que la percepción es influida por los estímulos físicos, como también dicho enfoque se ve condicionado por pautas culturales e ideológicas específicas adquiridas durante el crecimiento y desarrollo de la personalidad, además de otros factores externos (Puente Ferreras et al., 2003). Del anterior proceso surge el conocimiento, el conocimiento procede u origina de la experiencia, del contacto directo con la realidad (Vargas-Mendoza, 2006).

Por otra parte, el riesgo implica la presencia de un elemento o factor que aumenta la probabilidad de un evento adverso o indeseable en un proceso (Tocabens, 2011). El riesgo es un constructo social, intangible, y difiere en cada individuo y en la forma cómo percibe el entorno, como ya se ha planteado, la percepción es condicionada también por factores externos a los físicos, llámense también como otros constructos socio-culturales que incluyen valores, creencias, ideologías, etc., los cuales varían por cada persona (Mellado Olate & Maldonado, 2017). Beck (2000) estableció el término "sociedad del riesgo" para referirse al concepto de riesgo dentro del marco de un modelo racionalista e individualista de la población, su naturaleza política e institucional, además de considerar su reflexividad empírico-analítica basada en un formalismo dicotómico, es decir, en

primera instancia, la confrontación inicial con el riesgo manifestado o presente, y en segunda, una confrontación con el riesgo latente, considerado a partir de la plena conciencia del concepto de riesgo. El anterior trabajo describe en primera instancia, como la sociedad convive con el riesgo, es decir, cómo el percibir del peligro latente influye en sus decisiones y/o acciones, es así como Urteaga (2013) retoma parte de dichos estudios, incorporando y haciendo énfasis en la noción de sensación de seguridad como factor incidente en la conducta individual.

En las últimas décadas, se ha observado cómo los avances tecnológicos han impactado a la sociedad, en especial en la actual era digital, influyendo en su estilo de vida con la incorporación del internet, ubicándose esta última como una herramienta clave en la dinámica del sector educativo, ocupacional, comercial y social, entre otras (Carrillo Ramirez & Muñoz Orjuela, 2018). Adicional a lo anterior, se reconoce que el internet dispone de una considerable cantidad de oportunidades (Aguaded-Gómez, 2011); no obstante, también es evidente que la exposición al medio conlleva a riesgos, en especial para los jóvenes (Durán Segura & Martínez Pecino, 2015), como la ciber-agresión (Corcoran et al., 2015), contacto con extraños (Garmendia et al., 2017), etc.

El primer riesgo mencionado antes es el que mayor interés concentra (Fernández García, 2017), este riesgo es agudizado por la facilidad de acceso a las redes por medio de dispositivos móviles (Kowalski et al., 2014). Otro riesgo promovido también por la facilidad de acceso al contenido web es el riesgo a la desinformación, al cual se exponen los jóvenes de forma incidental como una consecuencia de la actividad de la navegación (Qayyum et al., 2010), muchos de los individuos, jóvenes, manifiestan tener otras prioridades en la red, dentro de ellas la interacción social (Feilitzen et al., 2011).

Un factor que aumenta el riesgo en las redes es mantener una mayor exposición a ellas. Vara Miguel (2018) evidencia en su estudio que entre más joven es el individuo mayor afinidad y preferencia presentará por información obtenida de medios digitales, en cuanto a ello, las generaciones más recientes desde la generación de los Millennials, es decir, individuos nacidos dentro del periodo entre 1985 y 2010 (Wells, 2015), muestran una conducta audiovisual con preferencia en ocupar servicios siempre conectados y personalizables, frente a sustitutos menos adaptables y/o flexibles (Guerrero Pérez, 2018).

Por lo anterior, en la actualidad, el internet y las redes sociales precisan nuevos estilos de consumo en la manera de comunicación de los jóvenes, dejando los canales de televisión como un medio anticuado. Un estudio dio a conocer que los jóvenes dependiendo de su personalidad le dan uso a las diferentes redes sociales, algunos ignorando los riesgos a los que son expuestos por no tener confidencialidad en sus redes, además que los más jóvenes son atraídos por ellas y su amplio contenido de información con diferentes temas de su interés, con



frecuencia interactuando con una variedad de hechos, opiniones y rumores, causando que pasen la mayor parte de su tiempo en línea (Sobral & Nina de Morais, 2020).

### 3. MÉTODO

Este artículo es producto de una revisión sistemática de la literatura, ciñéndose a la propuesta ESRC (Popay et al., 2006), y de los lineamientos de la declaración PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Liberati et al., 2009).

Para el proceso de selección, se emplearon otras estrategias y modelos, implementando la estrategia PICO's, determinando los criterios para incorporar la literatura referente. El modelo PICO's es aplicado de forma extensa en múltiples estudios en diversas áreas (Pertegal Vega et al., 2019).

#### 3.1. Estrategia de búsqueda

Para la búsqueda de la literatura científica referente al tema actitud de los jóvenes universitarios frente a las Fake News, se emplearon las siguientes terminologías y cadenas, ("fake news" or "spoof news" or "desinformation") and ("university students" or "young people" or "college kids") empleando las bases de datos más importantes en Ciencias Sociales, tales como ScienceDirect, Scopus y EBSCOhost, así como los repositorios Dialnet, RedALyC, OpenAIRE y SciELO.

#### 3.2. Criterios de inclusión

Se definieron los criterios de exclusión e inclusión ciñéndose en los lineamientos de la metodología PRISMA, y apoyándose en las bases de la estrategia PICO's.

**Tabla 1.** Criterios de inclusión

ESTRATEGIA PICO's	
Población de estudio	Se incluyeron dentro del estudio artículos que involucraran como objeto de estudio a adultos jóvenes entre 18 y 36, priorizando aquellos estudios que hiciesen énfasis en comunidades jóvenes que estuviesen formándose en carreras universitarias, como se puede entender, se excluyeron estudios referentes al problema enfocados en la población infantil, adolescente o que estuviesen estudiando dentro del periodo de escolaridad.
Fenómeno de interés	Se tuvieron en consideración las investigaciones que hiciesen foco en la actitud que adoptan los individuos frente a la presencia de las Fake News, en especial a nivel nacional. De los anteriores estudios se priorizaron aquellos que incluyesen un componente de evaluación a la percepción y/o actitud de los consumidores de información frente a la problemática.



Contexto	Se tuvieron en cuenta investigaciones desarrolladas en diferentes países, el factor geográfico es extrínseco al objetivo del presente estudio.
Diseño	Se consideraron, en mayor medida, estudios de aplicación práctica como referentes, es decir, desarrolladas a partir del contacto e interacción directa con el objeto de estudio, a través de encuestas, grupos focales, etc. Los artículos a considerar podían estar escritos en inglés o español, realizados dentro del horizonte de tiempo 2010 a 2020.

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3. Criterios de análisis

Dentro de los criterios de análisis planteados para desarrollar los resultados dispuestos en el presente artículo, se hizo enfoque en la capacidad para detectar Fake News y actitud que los jóvenes adoptaban frente a éstas.

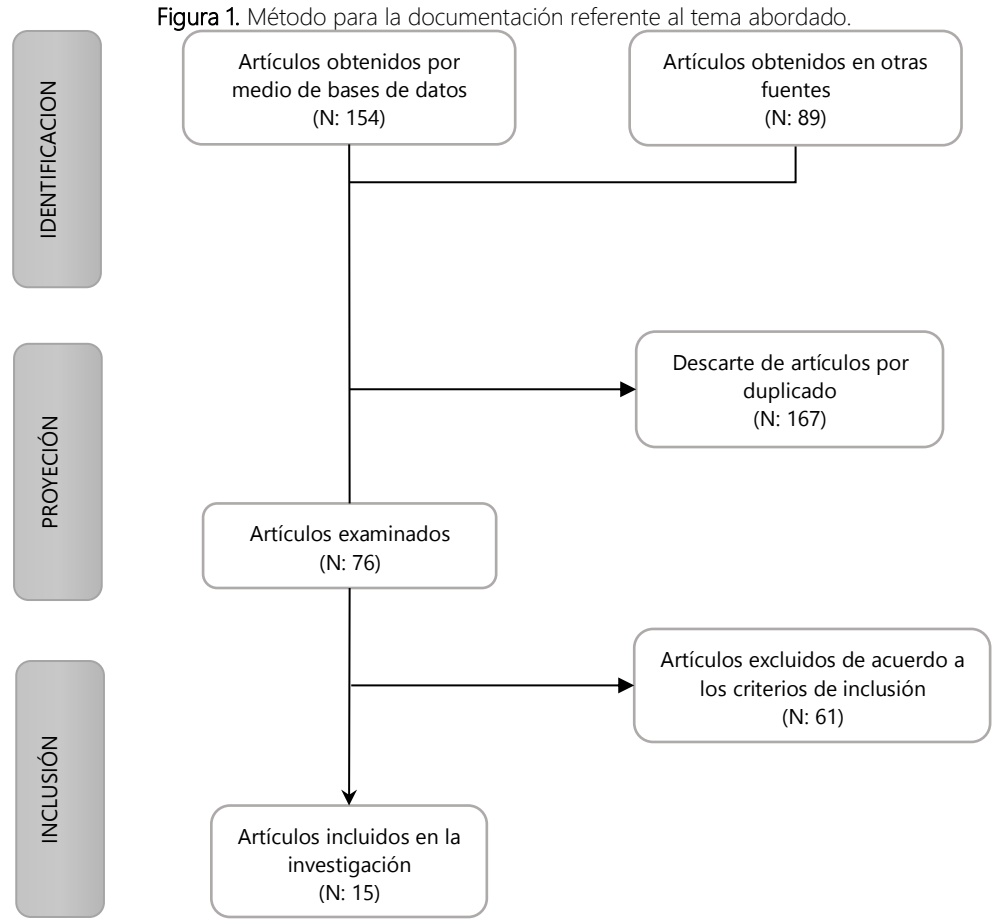
**Tabla 2.** Análisis de la información.

	CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
C R I T E R I O S	Autor	Autor de la publicación del artículo
	Título	Nombre con el cual se identifica el artículo
	Revista	Revista en la que se publicó el artículo
	Año	Año en el que se publicó el artículo
	País	D País en el cual la revista publica el artículo
	Alcance	E Actitud frente a las "Fake News" y capacidad para detectarlas por los jóvenes universitarios
	Disciplina científica	C Disciplina científica desde la cual se desarrolló el artículo
	Población	R Jóvenes universitarios
	Diseño metodológico	I Enfoque en el cual se realizó la investigación
	Técnica estadística	P Técnicas estadísticas en el tratamiento de la información aplicadas en la investigación
O S	Evidencia científica sobre la capacidad de los jóvenes universitarios para detectar "Fake News"	I O N Evidencia de la capacidad de detección de "Fake News" de los jóvenes universitarios ¿Saben los actuales jóvenes detectar Fake News?
	Evidencia científica sobre la actitud de los jóvenes frente a las "Fake News"	Evidencia de la actitud de los jóvenes universitarios frente a las "Fake News" ¿Qué postura asumen al identificar Fake News en los medios sociales que frecuentan?

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4. Proceso de selección

Para llevar a cabo dicha revisión, se tuvo en cuenta la siguiente estructura metodológica.



Fuente: Elaboración Propia

Para la selección de los datos, se tuvieron en cuenta los criterios de inclusión mencionados con anterioridad, posterior se utilizó una cadena de búsqueda, donde se compiló la información extraída de las bases de datos, luego se empleó el software Mendeley donde se descartaron los artículos duplicados. Obteniendo los artículos sin duplicaciones, se prosiguió a la revisión de estos analizando los títulos resúmenes y sus palabras claves. Las investigaciones que fueron seleccionadas cumpliendo todos los criterios fueron revisadas a texto completo y por último se escogieron los artículos que fueron incluidos en esta revisión.

#### 4. RESULTADOS

Teniendo en cuenta los criterios anteriores mencionados, se muestran los resultados de los artículos seleccionados y usados en la presente investigación; en primera instancia, se presentan los artículos mostrando los autores por revista en la que fueron publicados sus aportes en la Tabla 3. Es de resaltar que se encontró una sola revista en la cual se publicó más de un artículo referente al tema estudiado, el resto de artículos se distribuyeron en distintas revistas.

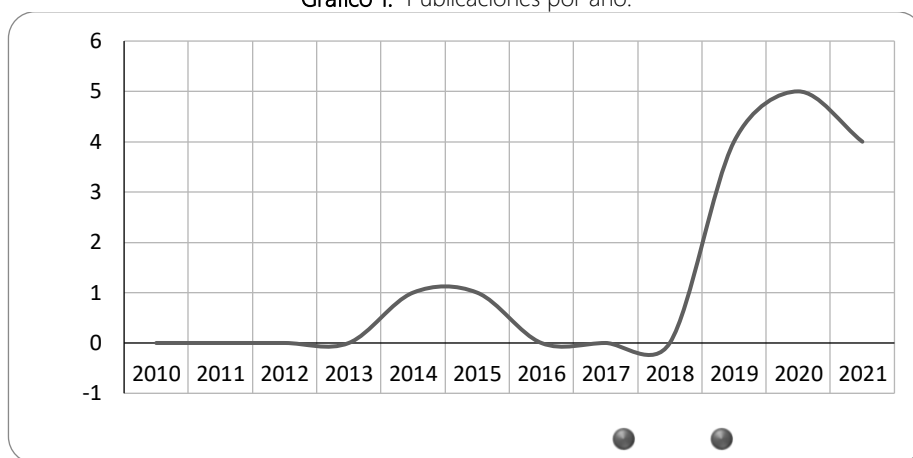
**Tabla 3.** Estudios seleccionados para la revisión.

Revista	Autores
Revista de Comunicación	Catalina-García et al. (2019), Mendiguren et al. (2020).
Otras revistas (N=1)	García García et al. (2019), Leeder et al. (2019), Martín-Herrera et al. (2021), Figueira et al. (2019), Herrero-Diz et al. (2019), Silveira et al. (2021), Chen et al. (2015), De Vicente Domínguez et al. (2021), Tejedor et al. (2021), Calderón Gómez et al. (2020), Sobral et al. (2020), Carballo et al. (2020), Kim et al. (2014), Paradela López et al. (2020).

Fuente: Elaboración Propia

A partir de la documentación obtenida, en especial de las bases de datos científicas, se evidenció que, durante el periodo 2010 – 2015, hubo un menor interés en el problema Fake News, a diferencia del periodo 2016 – 2021, en el cual se puede observar una creciente tendencia en el interés respecto al tema, la razón a dicho cambio puede atribuirse a la trascendencia del tema durante las elecciones presidenciales estadounidenses realizadas al comienzo del periodo referenciado. Adicional a lo anterior, la creciente inserción de los jóvenes a los principales medios de difusión de dichos eventos se posicionó como un factor trascendental a considerar en el tema. En el Gráfico 1 se puede observar el número de artículos sobre el tema relacionados según su año de publicación.

**Gráfico 1.** Publicaciones por año.



Fuente: Elaboración Propia

Los artículos referentes al tema Fake News y actitud de los jóvenes universitarios, encontrados en las bases de datos científicas, han sido publicados en revistas científicas de, al menos, 11 países. España se ubica como la región con mayoría de publicaciones (N=6). Se reportan publicaciones provenientes de Perú (N=2), Colombia (N=1), Cuba (N=1), Estados Unidos (N=1), Holanda (N=1), Nederland (N=1), Portugal (N=1), Suiza (N=1). En el Mapa 1 se evidencian los países de origen de las revistas donde fueron publicados artículos sobre la actitud de los jóvenes frente a las Fake News.

Mapa 1. Publicaciones por país



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la caracterización de los estudios incluidos, cabe resaltar que la mayoría de la literatura encontrada abordaba la capacidad de detección de Fake News en universitarios. De hecho, todos los estudios incluidos en esta revisión tuvieron como población de estudio a jóvenes universitarios (N=15), independiente a estudios de pregrado o postgrado. En cuanto a la técnica de obtención de datos, en todos los estudios se aplicaron cuestionarios (N=15), por lo anterior, se la fuente de información fue primaria en todos los estudios (N=15). La Tabla 3 resume los criterios tenidos en cuenta para el desarrollo de la revisión sistemática, como el alcance, disciplina científica, técnicas estadísticas y diseños metodológicos aplicados en los estudios analizados. La columna porcentaje (%) indica la proporción de cada categoría en su respectivo criterio.

Tabla 3. Resumen de la caracterización de los artículos seleccionados

Criterio	Categorías	Frecuencia	%
Alcance	Actitud de los jóvenes frente a la "Fake News"	2	13,33%
	Capacidad de los jóvenes para detectar "Fake News"	5	33,33%
	Ambas	8	53,33%
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>
Disciplina científica	Comunicación	4	26,67%
	Multidisciplinario	11	73,33%
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>
Técnica estadística	Estadística descriptiva	11	73,33%
	Múltiples técnicas	3	20,00%
	No definido	1	6,67%
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>
Diseño metodológico	Mixto - Descriptivo	3	20,00%
	Cualitativa - Mixta	3	20,00%
	Cualitativa - Exploratoria	3	20,00%
	Cuantitativa - Descriptiva	1	6,67%
	Cuantitativa - Exploratoria	1	6,67%
	Cuantitativa - Mixta	2	13,33%
	Otros	2	13,33%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>	

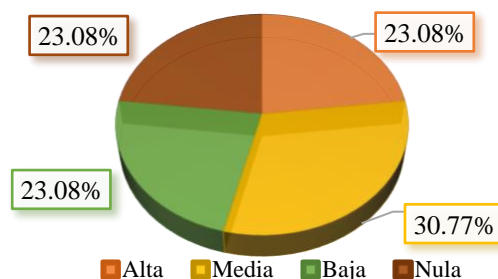
Fuente: Elaboración Propia

#### 4.1. Capacidad de los jóvenes de identificación de las Fake News

En el contexto que involucra a las Fake News, se precisa conocer si los jóvenes universitarios cuentan con capacidad para detectar información dudosa en los principales medios sociales, específicamente el internet, ello es un factor a considerar para mitigar el problema. Al abordar el tema de capacidad de detección de Fake News en universitarios, se entiende la misma como la frecuencia en que los universitarios dudan de información en los medios e identifican patrones y/o características que los ayudan a diferenciar la información veraz de su contraparte. Dicho lo anterior, de la revisión aplicada a la literatura se consideró que concluían en una nula capacidad de detección de Fake News cuando se observaba que los jóvenes carecían de una comprensión significativa de las Fake News, es decir, confunden con mayor frecuencia contenido humorístico o sensacionalista como informativo.

En cuanto a los artículos que concluyeron en una buena capacidad de detección, fueron catalogados por niveles (alta, media y baja), en nivel alto se consideraron aquellos artículos cuya muestra se mostrara escéptica respecto a fuentes y/o referencias frecuentemente asistidas, y que por tanto se formaran más para afrontar la información dudosa; en nivel medio se ubicaron aquellos estudios que concluyeran una capacidad de detección, no obstante, dicha capacidad fuera reducida por factores como los medios audiovisuales, estos por ser persuasivos; en nivel bajo se ubican aquellos estudios donde la capacidad de la muestra se basara en la conciencia y comprensión significativa del tema Fake News en los medios sociales. Acorde la propuesta descrita, se encontró que el 76,9% de los artículos analizados concuerdan en que los jóvenes universitarios tienen capacidad para detectar Fake News en los medios sociales más usados en la actualidad, dentro de esta clase encontramos con un alto nivel de detección, una proporción igual a 23,1%, capacidad media en un 30,8% y baja en 23,1%. Los estudios de forma constante encuentran a estas comunidades muy conscientes y alarmadas. Para el análisis de la capacidad de detección se analizaron 13 del total de artículos dispuestos en la revisión, se consideró que 2 abordaban de forma insuficiente el apartado aquí desarrollado, los resultados obtenidos pueden observarse en su totalidad en el Gráfico 3.

Gráfico 3. Capacidad de los jóvenes universitarios para detectar Fake News



Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte, mediante la revisión realizada se encontró una tendencia a relacionar la percepción y capacidad para detectar Fake News con la formación académica de los individuos. Por ejemplo, De Vicente Domínguez (2021) encontró, a través de su estudio aplicado a jóvenes adultos españoles, que el 59,5% de la muestra manifestaba saber identificar muy bien las Fake News, una percepción que se observó aumentaba hasta un 69,4% cuando los individuos indicaban haber cursado carreras técnicas y/o universitarias. De igual forma, Mendiguren (2020) se enfocó en jóvenes universitarios que estuviesen cursando carreras relacionadas con el periodismo, dado que se caracterizaban por contar con un criterio muy desarrollado en cuanto al tema aquí abordado. Sus resultados mostraron que el 54% afirmaban poseer una capacidad para detectar Fake News mayor que sus tutores, muchos de ellos fundamentándose en su profesión.

Por otro lado, a partir del estudio aplicado por De Vicente Domínguez (2021), se identificaron como razones principales para dudar de un artículo, por parte de los entrevistados, la incongruencia o la falta de sentido de la noticia, la procedencia en medios como WhatsApp en un 58,5%, si genera alarma social en un 43,7%, si posee un titular muy atractivo en un 33,1% o si contiene información impactante en un 28,9%. De los anteriores aspectos, el primero es un factor considerado en especial por mujeres en un 87%, población entre 18 a 19 años en un 89,5%, y en un 86,7% por la clase social media alta y alta. Por otra parte, enfatizando en la procedencia de la información como factor de consideración en la evaluación de la información, a partir de la literatura obtenida, se evidenció la consideración en el volumen de Fake News percibidas en función del medio de comunicación en la red y el ámbito que abordara, por parte del estudio desarrollado por Mendiguren (2020), los encuestados compartieron en que vías y en qué temas percibían mayor riesgo de encontrar Fake News.

#### **4.2. Actitud de los jóvenes frente a las Fake News**

Se vio la necesidad de conocer la actitud que la población estudiada presentaba al percibir Fake News en las redes, en especial, considerando que la percepción al riesgo condiciona el comportamiento y decisiones individuales (Ramos-Soler et al., 2018), en general hacia una conducta autodefensiva. Para el análisis de la información para el presente aspecto, se propuso tipificar la actitud que los jóvenes adoptaban frente al asunto en cuanto a si se consideraba como permisiva hacia la influencia que las Fake News ejercieran.

Por lo anterior, se consideró como actitud permisiva aquellas que evidenciaran prácticas como leer titulares o artículos de forma incompleta, además de compartir noticias primando su valor humorístico, o por apoyar o coincidir con ideales propios del consumidor. Se incluyó también la presencia de un alto consumo de información proveniente de redes sociales, entre otras fuentes

generalmente consideradas inseguras, y una baja percepción de Fake News. Por el contrario, se consideró que un estudio evidenciaba una actitud general positiva cuando la muestra manifestara gran preocupación por el problema en las redes, apoyasen la alfabetización informacional en las escuelas, además de verificar la información en los medios con fuentes alternativas de manera constante. En la Tabla 4 se muestra la categorización de actitudes permisibles y no permisibles.

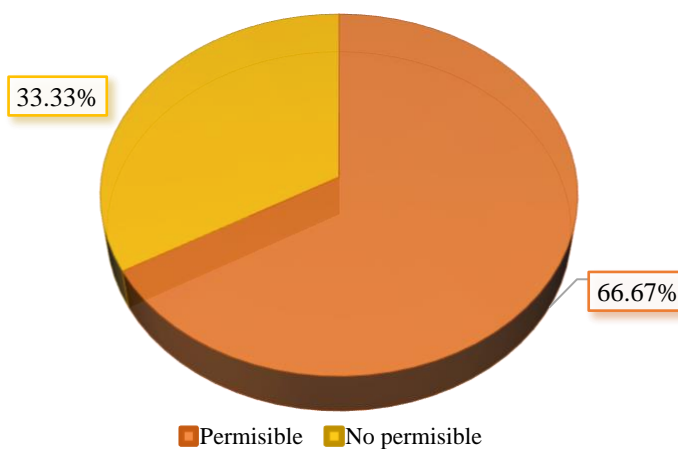
**Tabla 4.** Categorización de actitudes permisibles y no permisibles

Actitudes	
Permisibles	No permisibles
Comparte noticias por sensacionalismo o humor	Verifica las fuentes de información
Comparte noticias que soporten sus ideales y creencias	Advierte o denuncia noticias dudosas
Alto consumo de redes sociales y baja percepción de Fake News	Se interesan por formarse en alfabetización informacional

Fuente: Elaboración Propia

A partir de la implementación de la propuesta descrita con anterioridad, se generaron resultados que permitieron evidenciar una actitud no permisible al problema en mayoría, estos resultados pueden observarse en el Gráfico 4.

**Gráfico 4.** Actitud de los jóvenes universitarios frente a las Fake News

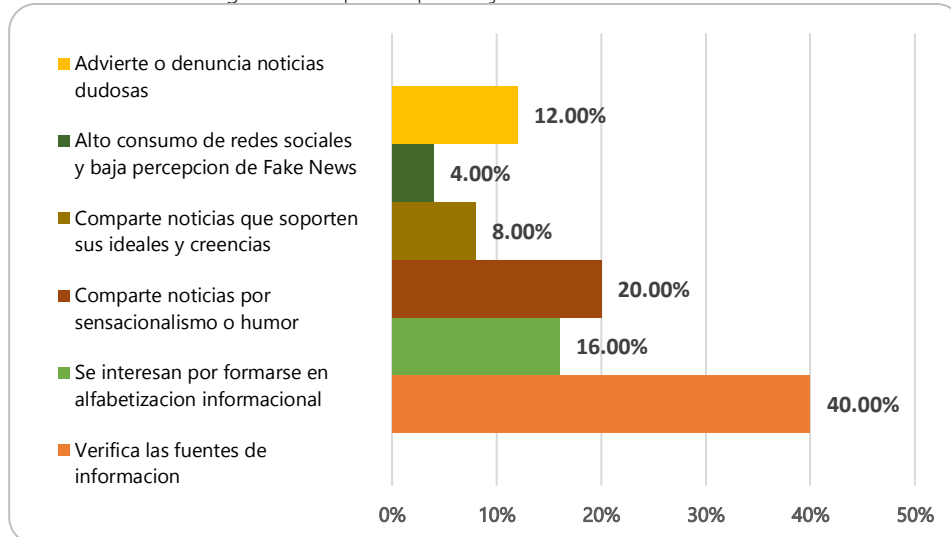


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la distribución de frecuencia de las actitudes antes determinadas para el análisis de los artículos, se encontró que la verificación y comparación de las diferentes fuentes de información asistidas era la práctica más frecuente, dentro de las catalogadas como no permisivas, asimismo, es la más frecuente entre todas las actividades encontradas. La información de la distribución de las actividades puede observarse en el Gráfico 5.



Gráfico 5. Prácticas regulares adoptadas por los jóvenes universitarios frente a las Fake News



Fuente: Elaboración Propia

Respecto al consumo considerable de información en las redes con bajo grado de sospecha en los contenidos se pudo encontrar que era bajo, lo que permite inducir que la población estudiada, en general, es más propensa a desconfiar de la información distribuida en los medios principales, lo que contribuye a una mejor diferenciación de la información real de su contraparte.

## 5. CONCLUSIONES

El presente artículo tuvo como objetivo realizar una revisión sistemática de la literatura científica internacional disponible en las bases de datos, sobre la capacidad para detectar Fake News y la actitud que lo jóvenes universitarios adoptaban frente a estas. A partir de la estrategia de búsqueda implementada se obtuvieron 243 artículos de las bases de datos Scopus, EBSCOhost, Science Direct, además de otras fuentes externas. Posterior a la aplicación de los criterios de inclusión y exclusión establecidos, se tuvieron como resultado 15 artículos científicos para la extracción y selección de datos acorde a los criterios fijados.

Se logró dar respuesta a las preguntas planteadas en las evidencias. En primer lugar, en cuanto a las características de los estudios revisados, la mayoría fueron realizados en el periodo 2016 – 2021, no se encontraron revistas donde estuviesen publicadas una considerable proporción de los estudios, siendo la revista “Revista de Comunicación” aquella que mayor cantidad de publicaciones dio a conocer (N=2). En cuanto a los países donde más se desarrollaron estudios relacionados al tema, se encontró a España con la mayor cantidad (N=6). El alcance de los estudios fue la capacidad de detección de Fake News y la actitud que los jóvenes universitarios adoptan frente a estas. Los estudios fueron desarrollados en su mayoría dentro de la disciplina de la comunicación, tuvieron como población de

estudio jóvenes universitarios, independiente que estuvieran en estudios de pregrado o posgrado. La técnica estadística más usada fue la estadística descriptiva, cuya información analizada fue obtenida de fuentes primarias a través de la aplicación de cuestionarios, y en minoría grupos focales.

A partir del conjunto de datos obtenidos mediante la presente revisión de la literatura, fue posible emitir una serie de reflexiones sobre el tema. En primer lugar, la información analizada permitió confirmar una alta capacidad de detección de Fake News por parte de los jóvenes universitarios, ellos perciben alto riesgo frente al impacto de la desinformación, fue posible clasificar dicha capacidad por niveles, teniendo en cuenta la capacidad de penetración que algunos formatos de información mantenían sobre algunos grupos de jóvenes, como también la formación que declaraban haber adquirido para afrontar a las Fake News. Por otro lado, se observó una tendencia positiva en cuanto a la respuesta que los jóvenes adoptaban al momento de detectar Fake News en sus medios, verificando la información en diarios digitales que tuviesen mayor reputación, entre una amplia variedad de fuentes. Adicional a lo anterior, estos individuos expresan su interés por reducir el impacto del problema en los medios reportando casos referentes y proponiendo la alfabetización informacional, dentro de su comunidad.

Una de las contribuciones de la revisión sistemática llevada a cabo en este artículo ha sido el aporte de un panorama actualizado que permitiese conocer y/o caracterizar la condición de los jóvenes universitarios para afrontar de manera efectiva el problema de la desinformación en las redes al momento de seleccionar fuentes de datos útiles para determinar elecciones y acciones en la práctica cotidiana, tanto a nivel personal como profesional. No obstante, queda en evidencia la necesidad por conocer a mayor profundidad las diferentes prácticas que los jóvenes adoptan para minimizar la influencia de las Fake News, aquellas que ellos aplican en la cotidianidad para afrontarlas. Por último, se sugiere un mayor apoyo a la propuesta de extender la alfabetización informacional como método a implementar en las distintas instituciones educativas como solución a la problemática.

## 6. REFERENCIAS

Aguaded-Gómez, J. I. (2011). Media education: An international unstoppable phenomenon. the work of the UN, europe and spain in the field of edu-communication. *Comunicar*, 19(37), 7–8. <https://doi.org/10.3916/C37-2011-01-01>

Ahmed, H., Traore, I., & Saad, S. (2017). Intelligent, Secure, and Dependable Systems in Distributed and Cloud Environments. *First International Conference on Intelligent, Secure, and Dependable Systems in Distributed and Cloud Environments*, 10618, 169–181. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-69155-8>

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of*

- Economic Perspectives, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- An, J., Quercia, D., & Crowcroft, J. (2014). Partisan Sharing: Facebook Evidence and Societal Consequences. Proceedings of the Second ACM Conference on Online Social Networks, 13–24. <https://doi.org/10.1145/2660460.2660469>
- Aukett, J. (2019). Fake news. British Dental Journal, 226(4), 239. <https://doi.org/10.1038/s41415-019-0017-0>
- Beck, U., Adam, B., & van Loon, J. (2000). The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory. <https://doi.org/10.4135/9781446219539>
- Calderón, B. G., Málaga, U. De, & Méndez-nieto, A. (2020). Jóvenes y fake news. Un análisis sociodemográfico aplicado al caso andaluz. IC Revista Científica de Información y Comunicación, 17.
- Calderón Gómez, B., Córdoba-Cabús, A., & Méndez-Nieto, A. (2020). Jóvenes y fake news. Un análisis sociodemográfico aplicado al caso andaluz. IC Revista Científica de Información y Comunicación, 17.
- Carballo, W., & Marroquin, A. (2020). Salvadoreños en tiempos digitales Media literacy and news consumption among young Salvadorans in digital times. Revista Cubana de Información y Comunicación, 9, 22–33.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. Atlantic Journal of Communication, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Carrillo Ramirez, H., & Muñoz Orjuela, D. (2018). La percepción en las personas del cambio del ser humano a partir del avance de la tecnología durante los últimos 20 años. Doctoral Dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios, 1–23.
- Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Cristina Silva Sousa, L.-C. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal Consumption of news and perception of fake news among Communication students from Brazil, Spain and Portugal. Revista de Comunicación, 18(2), 93–115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>
- Chen, X., Sin, S. C. J., Theng, Y. L., & Lee, C. S. (2015). Why Students Share Misinformation on Social Media: Motivation, Gender, and Study-level Differences. Journal of Academic Librarianship, 41(5), 583–592. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.07.003>
- Corcoran, L., Guckin, C., & Prentice, G. (2015). Cyberbullying or Cyber Aggression?: A Review of Existing Definitions of Cyber-Based Peer-to-Peer Aggression. Societies, 5(2), 245–255. <https://doi.org/10.3390/soc5020245>
- De Vicente Domínguez, A. M., Bañares, A. B., & Sierra, J. (2021). Young spanish adults and disinformation: Do they identify and spread fake news and are they literate in it? Publications, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.3390/publications9010002>
- Durán Segura, M., & Martínez Pecino, R. (2015). Ciberacoso mediante teléfono móvil e Internet en las relaciones de noviazgo entre jóvenes. Comunicar, XXII(44), 159–167. <https://doi.org/10.3916/C44-2015-17>
- Feilitzen, C. Von, Carlsson, U., & Bucht, C. (2011). New Questions , New Insights , New Approaches.

- Fernández García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, 269, 66–77.
- Figueira, J., & Santos, S. (2019). Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes. *El Profesional de La Información*, 28(3), 1–17. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.15>
- Garmendia, M., Jiménez, E., & Mascheroni, G. (2017). Riesgos y oportunidades en Internet y uso de dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015). Madrid: Red. Es/Universidad Del País Vasco.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). News Use Across Social Media Platforms 2016. Pew Research Center. <https://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>
- Guerrero Pérez, E. (2018). La fuga de los millennials de la televisión lineal. In *Revista Latina de Comunicación Social* (Vol. 73). <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1304>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., Tapia-Frade, A., & Varona-Aramburu, D. (2019). The credibility of online news: An evaluation of the information by university students. *Cultura y Educacion*, 31(2), 407–435. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1601937>
- Kim, K.-S., & Sin, S.-C. J. (2014). Social media as information sources: Use and evaluation of information from social media. 2013 OCLC/ALISE Research Grant Project. <http://www.oclc.org/content/dam/research/grants/reports/2013/kim2013.pdf>
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Leeder, C. (2019). How college students evaluate and share “fake news” stories. *Library and Information Science Research*, 41(3), 100967. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2019.100967>
- Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P. A., Clarke, M., Devereaux, P. J., Kleijnen, J., & Moher, D. (2009). The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions: Explanation and elaboration. In *PLoS Medicine* (Vol. 6, Issue 7). <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000100>
- Losada-Maestre, R. (2020). Las Fake News En Las Crisis De La Sociedad Digital. *Más Poder Local*, 41, 48–50.
- Marchi, R. (2012). With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity.” *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246–262. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0196859912458700>
- Martín-Herrera, I., & Micaletto-Belda, J. P. (2021). Opiniones y actitudes de los estudiantes universitarios de Comunicación ante las fake news. *Diagnóstico en un ecosistema docente. Comunicación y Hombre*, 17, 193–206. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.661.193->

- Mellado Olate, E., & Maldonado, J. R. (2017). Percepción de riesgo y vulnerabilidad en jóvenes del sistema escolar frente a peligros por uso de tecnologías. *Educación y Tecnología*, 1(10), 14–33. <http://revistas.umce.cl/index.php/edytec/article/view/1126>
- Mendiguren, T., Pérez Dasilva, J., & Meso Ayerdi, K. (2020). Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171–184. <https://doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a10>
- Montero-Liberona, C., & Halpern, D. (2019). Factors that influence sharing online fake news on health. *Profesional de La Informacion*, 28(3), 1–10. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.17>
- Oviedo Paloma, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 18, 89–96. <https://doi.org/10.7440/res18.2004.08>
- Paradela López, M., Jima-González, A., & Pineda Gómez, H. (2020). ¿Preparados para las Fake News? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia Ready for the Fake News? An exploratory study of the university community of the Technological of Antioquia (Vol. 8, Issue February 2021).
- Pertegal Vega, M., Oliva Delgado, A., & Rodríguez Meirinhos, A. (2019). Revisión sistemática del panorama de la investigación sobre redes sociales: taxonomía sobre experiencias de uso. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 81–91.
- Popay, J., Roberts, H., Sowden, A., Petticrew, M., Arai, L., Rodgers, M., & Britten, N. (2006). Narrative Synthesis in Systematic Reviews: A Product from the ESRC Methods Programme. *ESRC Methods Programme*, 2006, 93. <https://doi.org/10.13140/2.1.1018.4643>
- Puente Ferreras, A., Mayor Martínez, L., & Moya Santoyo, J. (2003). *Cognición y aprendizaje: fundamentos psicológicos (Pirámide)*.
- Qayyum, M. A., Williamson, K., Liu, Y. H., & Hider, P. (2010). Investigating the news seeking behavior of young adults. *Australian Academic and Research Libraries*, 41(3), 178–191. <https://doi.org/10.1080/00048623.2010.10721462>
- Ramos-Soler, I., López-Sánchez, C., & Torrecillas-Lacave, T. (2018). Online risk perception in young people and its effects on digital behaviour. *Comunicar*, 26(56), 71–79. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-07>
- Silveira, P., & Gancho, S. (2021). University students engagement with fake news: the portuguese case. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 15, 23–37. <https://grassrootjournalist.org/2017/06/17/what-is-fake-news-its-origins-and-how-it-grew-in-2016/>
- Silverman, C. (2016). This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. *BuzzFeed News*, 1–7. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Sobral, F., & Nina de Morais, N. salome. (2020). La Cultura De Las Información Falsa En La Red : La Perspectiva De Un Grupo De Estudiantes Portugal Fake News Online : the Perspective of a Group of Media and Communication. *Revista Prisma Social*.

- Tejedor, S., Portalés-Oliva, M., Carniel-Bugs, R., & Cervi, L. (2021). Journalism students and information consumption in the era of fake news. *Media and Communication*, 9(1), 338–350. <https://doi.org/10.17645/MAC.V9I1.3516>
- Tocabens, B. E. (2011). Definiciones acerca del riesgo y sus implicaciones. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 49(3), 470–481.
- Urteaga, E., & Eizagirre, A. (2013). La construcción social del riesgo. *EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 25, 147–170.
- Vara Miguel, A., Amoedo, A., & Negrodo, S. (2018). Digital News Report .es 2018. 1–81. <https://www.digitalnewsreport.es/>
- Vargas-Mendoza, J. (2006). Teoría del conocimiento. In Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. <https://es.calameo.com/books/00342212879895ab6d2f5>
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47–53. [http://www.observatoriosocial.com.ar/dev/pdfs/revi\\_7.pdf](http://www.observatoriosocial.com.ar/dev/pdfs/revi_7.pdf)
- Wells, N. (2015). Who are the Millennials Anyway? CNBC. <http://www.cnbc.com/2015/05/22/who-are-the-millennials-anyway.html>
- Wineburg, S., & McGrew, S. (2016). Why Students Can't Google Their Way to the Truth. *Education Week*, 36(28), 22. <http://www.edweek.org/ew/articles/2016/11/02/why-students-cant-google-their-way-to.html>
- World Internet Users Statistics and 2021 World Population Stats. (2021). <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>