



LA PERCEPCIÓN DE LAS NOTICIAS FALSAS EN EL ESTUDIANTADO UNIVERSITARIO: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

The perception of fake news in higher education students: A bibliographic review

ISMAEL RAMOS RUIZ
Université Paris Cité, Francia

KEYWORDS

Fake news
Perception
Disinformation
Bibliographic review
University education
Information consumption
University students

ABSTRACT

Fake news appears in digital spaces whether in written or audiovisual format. Its appearance of journalistic information can mislead recipients. Therefore, it is very important to know how to recognize them and protect oneself from their effects. Thus, the education system, particularly university education, can play a key role in this task. The aim of this bibliographic review is to identify the papers dealt with the perception of university students about fake news. In particular, this study focus on the different research methods used to analyze the perception of students.

PALABRAS CLAVE

Noticias falsas
Percepción
Desinformación
Revisión bibliográfica
Educación superior
Consumo de información
Estudiantes universitarios

RESUMEN

Las noticias falsas o fake news aparecen en los espacios digitales ya sea en formato escrito o audiovisual. Su apariencia de información periodística puede inducir a error al receptor. Por ello, es muy importante saber reconocerlas y protegerse de sus efectos. Así pues, el sistema educativo, en particular la educación universitaria, puede desempeñar un papel fundamental en esta tarea. El objetivo de esta revisión bibliográfica es identificar los trabajos que abordan la percepción de los estudiantes universitarios sobre las noticias falsas. En particular, este estudio se centra en los diferentes métodos de investigación utilizados para analizar la percepción de los estudiantes.

Recibido: 12/ 10 / 2022

Aceptado: 22/ 12 / 2022

1. Introducción

Actualmente, los espacios digitales y las redes sociales permiten la creación, difusión y circulación de grandes cantidades de información. Por tanto, la gente suele preferir Internet como fuente principal de información para muchos ámbitos de su vida cotidiana debido a su rapidez y a su fácil acceso. Sin embargo, el acceso a esta fuente de información no está exento de riesgos. Uno de ellos sería el acceso a las noticias falsas o fake news (por su nombre en inglés), que podrían definirse como «contenidos producidos con apariencia de informaciones periodísticas que, sin embargo, ni se procesan ni se distribuyen por los cauces convencionales del periodismo» (Blanco Alfonso et al., 2019, p. 451). Allcott y Gentzkow (2017, p.13) añaden que estas noticias pueden inducir a error a los lectores, como se recoge en la siguiente afirmación: «news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers». Por otro lado, según Blanco Alfonso et al. (2019, p. 451), las noticias falsas presentan algunas características definitorias: tienen una intención perniciosa, frecuentemente son de naturaleza política o económica y su temática es transversal (Vosoughi et al., 2018; Abuín-Penas y Abuín-Penas, 2022).

Aunque el debate sobre las noticias falsas se haya intensificado en la actualidad, este fenómeno ya existe desde hace mucho tiempo, algunos autores han documentado la existencia de casos en el siglo XIX (Figueira & Santos, 2019, p. 2) the political and social consequences of the spreading of fake news on the internet have been thoroughly discussed in the last couple of years. Currently young people are the group with greater exposition to this reality due to the prevalence of communication technologies in their daily lives. On this article we review the literature on disinformation and analyse the longstanding relationship between false news and journalism, focusing on the particularities of the present situation. Using quantitative methodology, we conducted a survey to analyse the perceptions regarding fake news of 602 students (17-25 years-old. Asimismo, cabe señalar que, desde 2016, se ha producido un incremento exponencial de la producción científica sobre noticias falsas (Parra-Valero & Oliveira Silva, 2018), lo que pone de relieve el gran interés científico por este tema, así como la importancia que están teniendo en el plano social y en el ámbito de los medios de comunicación.

Los usuarios de Internet pueden acceder a mucha información a través de diferentes plataformas en línea, lo que les permite entrar en contacto con multitud de hechos y situaciones que se basan en opiniones y rumores (Antunes Sobral & Nina de Morais, 2020, p. 174). Así pues, las noticias falsas conducen a la configuración de una realidad distorsionada, lo que puede afectar a distintos planos sociales, como el económico (ej. Bakir & McStay, 2018; Hirst, 2017; Kshetri & Voas, 2017), el político (ej. Baptista et al., 2021; Bonnet & Rosenbaum, 2020; van der Linden et al., 2020) o el de la salud (ej. Naeem et al., 2021; Pulido et al., 2020; Waszak et al., 2018). Un buen ejemplo en el ámbito de la salud se encuentra durante la pandemia de COVID-19, donde se evidenció claramente la circulación de gran cantidad de información errónea sobre el virus, la propagación de la enfermedad, la efectividad o el riesgo de las vacunas o bien los tratamientos disponibles y su efectividad (ej. Apuke & Omar, 2021; Carrion-Alvarez & Tijerina-Salina, 2020; Casero-Ripollés, 2020; Islam et al., 2021; Mendiguren-Galdospín et al., 2020; Moscadelli et al., 2020; Naeem et al., 2021). Por otro lado, el fenómeno de las noticias falsas no afecta solo a la información escrita, sino también a las imágenes y a los documentos audiovisuales, como se ha constatado recientemente a través de los denominados vídeos *deepfake* (cf. Kwok & Koh, 2021; Westerlund, 2019), es decir, contenidos audiovisuales en los que un personaje público dice o hace cosas que no son ciertas y que son creados por una inteligencia artificial, por lo que su montaje resulta prácticamente indetectable al ojo humano (Blanco Alfonso et al., 2019, p. 451). Como sostienen Antunes Sobral y Nina de Morais (2020, p. 174), los vídeos *deepfake* han agravado la situación de las noticias falsas, por lo que no solo se convierte en un problema multicultural, sino también en un problema multimediático.

Aunque el fenómeno de las noticias falsas afecta a todos los segmentos de la población, este problema se acentúa entre los más jóvenes, es decir, los llamados nativos digitales. Este colectivo realiza un uso intensivo de las redes sociales (Galan et al., 2019). Como afirman Mercenier et al. (2021, p. 161), el 77% de los usuarios jóvenes en Europa afirma encontrarse con noticias falsas al menos una vez por semana¹. Es cierto, pues, que los nativos digitales saben manejarse muy bien con la tecnología y que frecuentan los espacios digitales, sin embargo, pueden tener dificultades a la hora de discernir qué información es adecuada o veraz y cuál no. Según Hargittai et al. (2010, p. 486) los jóvenes adultos carecen de una preparación adecuada para protegerse de las noticias falsas, como demuestra el hecho de que consideren creíbles los contenidos de los primeros resultados que ofrecen sus motores de búsqueda preferidos simplemente por aparecer en primera posición.

Por consiguiente, el sistema educativo puede desempeñar un papel muy importante en el desarrollo de estrategias que permitan hacer frente tanto a las noticias falsas como a la desinformación (Ballesteros Herencia, 2020). Así pues, la formación en este ámbito puede ser pertinente en todas las etapas del sistema educativo. No obstante, la enseñanza universitaria ocupa una posición destacada en dicho sistema, por lo que ofrece un contexto apropiado para el desarrollo distintas competencias y actitudes que sirvan para identificar las noticias falsas y protegerse de ellas. Para poder plantear nuevos métodos y contenidos que persigan estos fines, es necesario profundizar en la percepción que el estudiantado universitario tiene acerca de las noticias falsas. Por ello, conocer

¹ European Commission (2018, p. 12). Tackling online disinformation: a European approach COM/2018/236 final. Brussels: Office for Official Publications of the European Communities. (consultado el 25/10/2022).

qué métodos se están empujando para medir dicha percepción y qué resultados se han obtenido sería muy útil desde el punto de vista científico y pedagógico.

Por tanto, este trabajo tiene como objetivo conocer qué estudios científicos se han publicado hasta la fecha en el ámbito de la educación superior o universitaria acerca de la percepción por parte del estudiantado de las noticias falsas. Para ello, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica con el fin de obtener una visión general y actualizada de esta temática mediante el análisis de las publicaciones científicas de ámbito internacional tanto en inglés como en español de los últimos años. Así pues, este trabajo se organiza de la siguiente manera. En primer lugar, se expone la metodología de análisis empleada. En segundo lugar, se presentan los trabajos recopilados. En tercer lugar, se analizan dichos trabajos y se ofrecen los datos estadísticos obtenidos. En cuarto lugar y último lugar, se presentan las principales conclusiones.

2. Metodología

La realización de una revisión bibliográfica sobre la percepción de las noticias falsas por parte del estudiantado universitario permite ofrecer una visión global sobre el estado de la cuestión a partir de la producción científica de los últimos años tanto del ámbito nacional español como internacional, en lengua española y en inglés. Por tanto, este tipo de revisión supone una buena herramienta para «sintetizar la información sobre un campo en particular, registrar los pasos asumidos durante la investigación en el campo específico de interés e iniciar futuras líneas de investigación», como afirman Blanco Alfonso *et al.* (2019, p. 452).

El proceso de búsqueda de las publicaciones científicas se ha llevado a cabo en dos fases. En primer lugar, se han seleccionado tres bases de datos científicas para realizar las búsquedas de los trabajos científicos: la Web of Science™, Scopus™ y Dialnet Plus™. La elección de estas tres bases de datos obedece a criterios de reconocimiento científico, amplitud de temáticas y ámbito internacional. La Web of Science™ es, seguramente, la base de datos más conocida y reconocida en el ámbito científico. Asimismo, se define como «the world's most trusted publisher-independent global citation database»². Sin embargo, esta base de datos contiene principalmente trabajos en inglés. Por este motivo, hemos decidido añadir otras bases de datos que pudieran completar la búsqueda con trabajos de ámbito internacional no solo en inglés. Así pues, hemos seleccionado la base de datos Scopus™, «la mayor base de datos de citas y resúmenes de bibliografía revisada por pares», como se indica en su página web³. Es también una de las bases de datos más reconocidas en el ámbito científico internacional. La tercera base de datos utilizada es Dialnet Plus™, un «sistema abierto de información de revistas publicadas en castellano»⁴, lo que nos asegura incluir en la revisión bibliográfica aquellos trabajos publicados en español.

En segundo lugar, hemos completado la selección de trabajos científicos mediante la consulta del motor de búsqueda Google Académico™, que «ofrece una forma sencilla de buscar literatura académica»⁵. Otro de los motivos que justifica la utilización de este motor es que no todas las revistas científicas están indexadas en las tres bases de datos anteriormente citadas, por lo que nos asegura poder llegar a las revistas que no aparecen en dichas bases.

Posteriormente, hemos seleccionado los términos clave empleados en la búsqueda. Dichos términos tienen que ser representativos de la temática objeto de estudio. Por otro lado, hemos decidido utilizar el inglés y el español como lenguas de búsqueda. Así pues, los términos en inglés seleccionados han sido: «fake news», «perception», «higher education» (también hemos utilizado los sinónimos: «university education», «university teaching» y «tertiary education»).

Por su parte, los términos en español utilizados han sido: «noticias falsas», «percepción» y «educación superior» (también hemos utilizado los sinónimos: «educación universitaria», «enseñanza universitaria» y «enseñanza superior»). Tanto en las bases de datos, como en el motor de búsqueda de literatura científica, hemos seleccionado únicamente los artículos científicos con el fin de comparar trabajos similares en cuanto a formato, estructura y extensión. Por ello, las actas de congreso no han sido analizadas en este estudio. Asimismo, en ciertas ocasiones, las actas no están disponibles en formato digital.

3. Resultados

En este apartado realizamos un análisis tanto cualitativo como cuantitativo de los métodos de investigación empleados en los distintos artículos seleccionados, lo que permite establecer un marco más completo acerca de la manera en que se está estudiando la percepción de las noticias falsas en la enseñanza superior. Por ello, comenzamos analizando una serie de datos generales sobre las publicaciones y, en segundo lugar, nos centramos en los métodos de investigación utilizados para analizar la percepción.

3.1. Datos generales

2 Accesible en: <<https://clarivate.com/webofsciencegroup/solutions/web-of-science/>> (consultado el 05/07/2022).

3 Accesible en: <<https://www.elsevier.com/es-es/solutions/scopus>> (consultado el 25/10/2022).

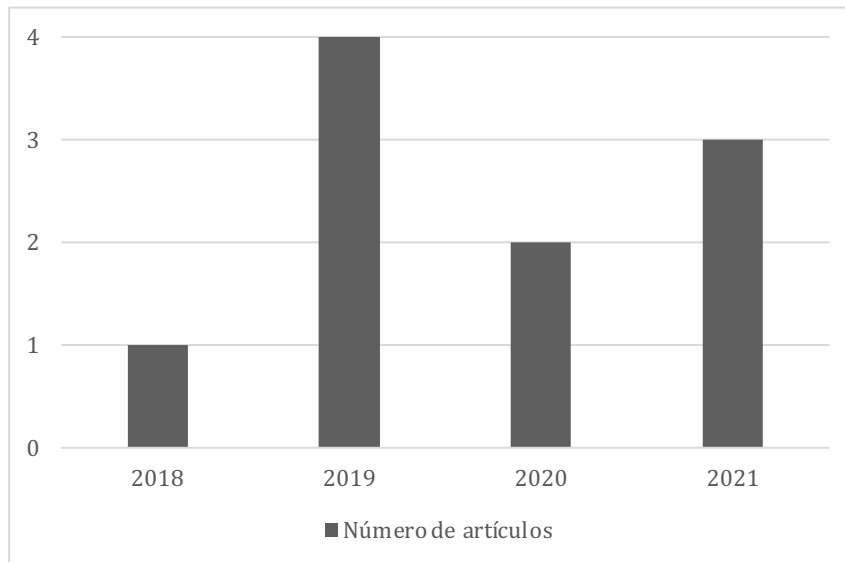
4 Accesible en: <<https://dialnet.unirioja.es>> (consultado el 25/10/2022).

5 Accesible en: <<https://scholar.google.es/schhp?hl=es>> (consultado el 25/10/2022).

En esta sección, se presentan los resultados del estudio. En primer lugar, se ha llevado a cabo un análisis descriptivo de los datos generales de los artículos seleccionados: título del trabajo, revista, idioma, país y año de publicación. Estos datos nos permiten conocer mejor el contexto en el que se han llevado a cabo dichas investigaciones.

En total, se han encontrado 10 artículos científicos tanto en las tres bases de datos consultadas como en el motor de búsqueda. Si atendemos a las fechas de publicación, el trabajo más antiguo corresponde a 2018 y el más reciente, a 2021. Como puede apreciarse en la Gráfica 1, a pesar de que son solo 10 artículos lo que se analizan en este trabajo, se aprecia que el análisis de la percepción de las noticias falsas en el ámbito universitario suscita interés y que se están realizando nuevos estudios.

Gráfica 1. Número de artículos distribuido por años



Fuente: Elaboración propia, 2022.

El hecho de que la franja temporal sea tan corta puede deberse a que es desde el año 2016 cuando el número de trabajos acerca de las noticias falsas crece exponencialmente, como señalábamos en el apartado Introducción. Por tanto, la producción de estudios de percepción sigue este mismo patrón de crecimiento.

Si observamos la Tabla 1, podemos apreciar los trabajos seleccionados, que aparecen ordenados por fechas. Cabe señalar que varios de los artículos seleccionados han aparecido en algunas o en todas las fuentes utilizadas, por este motivo, no se ha especificado en los datos generales el número de artículos encontrados en cada base de datos ni qué artículo concreto se han encontrado en cada una de ellas.

Tabla 1. Artículos seleccionados: datos generales

	Nº	TÍTULO DEL ARTÍCULO	AÑO	REVISTA	IDIOMA	PAÍS
Estudio 1	Examining student perceptions of their knowledge, roles, and power in the information cycle: Findings from a 'fake news' event	2018	<i>Journal of Information Literacy</i>	Inglés	EEUU	
Estudio 2	Journalism Education in Post-Truth Era: Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students' Perception of Fake News	2019	<i>Journalism and Mass Communication Educator</i>	Inglés	India	
Estudio 3	Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal	2019	<i>Revista de Comunicacion</i>	Español	Brasil, España y Portugal	
Estudio 4	Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes	2019	<i>Profesional de La Informacion</i>	Español	Portugal	

Estudio 5	Undergraduates' News Consumption and Perceptions of Fake News in Science	2019	<i>Portal: Libraries and the Academy</i>	Inglés	EEUU
Estudio 6	Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco	2020	<i>Revista de Comunicación</i>	Español	España
Estudio 7	Información falsa en la red: la perspectiva de un grupo de estudiantes universitarios de comunicación en Portugal	2020	<i>Prisma Social</i>	Inglés	Portugal
Estudio 8	Opiniones y actitudes de los estudiantes universitarios de Comunicación ante las fake news	2021	<i>Comunicación y Hombre</i>	Español	España
Estudio 9	Designing for fake news literacy training: A problem-based undergraduate online-course	2021	<i>Computers in Human Behavior</i>	Inglés	Alemania
Estudio 10	Fake o no fake, esa es la cuestión: reconocimiento de la desinformación entre alumnado universitario	2021	<i>Revista Prisma Social</i>	Español	España

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Si nos centramos en los títulos de los artículos, podemos ver que en la mayoría de ellos aparecen todas o casi todas las palabras clave que se han empleado en la búsqueda. Así pues, el término común en todos ellos es «*fake news*», incluso en los artículos publicados en español. Aunque en esta lengua exista «noticias falsas», el anglicismo se emplea frecuentemente. Otro término que aparece bastante es «percepción» o «*perception*», según la lengua.

Las revistas pertenecen a distintos países y ámbitos de conocimiento, aunque la mayoría de ellas están relacionadas con el campo de la comunicación. Por otro lado, se podría esperar una mayor presencia de trabajos publicados en inglés, pero los resultados muestran que el 50% está escrito en inglés y el otro 50%, en español. Estos datos evidencian la posición del español como segunda lengua científica en el mundo, según el Anuario de 2019 del Instituto Cervantes⁶, *El español en el mundo 2019*.

Respecto de los países en los que se han llevado a cabo los diferentes estudios, destacan por cantidad de trabajos, España (con 4 estudios), Portugal (con 3 estudios), Estados Unidos (con 2 estudios), y, con 1 solo estudio cada uno, Alemania, Brasil e India. Por tanto, se puede apreciar que el interés por esta cuestión es mundial, ya que afecta a todos los países e idiomas por igual. Por otro lado, podemos subrayar el hecho de que la mayor parte de los trabajos se hayan llevado a cabo en España y Portugal.

3.2. Métodos de investigación

Conocer los métodos de investigación que se han utilizado hasta la fecha para el análisis de la percepción de las noticias falsas resulta de gran interés, puesto que permitiría diseñar nuevos estudios apoyándose en estos métodos ya empleados y explorar la posibilidad de uso de otros nuevos. Por ello, se ha realizado un análisis para identificar y cuantificar los métodos de investigación empleados en los artículos seleccionados. La Tabla 2 contiene un resumen de estos datos.

Tabla 2. Artículos seleccionados: métodos de análisis

Nº	TÍTULO DEL ARTÍCULO	METODOLOGÍA	ÍTEMS	MUESTRA
Estudio 1	Examining student perceptions of their knowledge, roles, and power in the information cycle: Findings from a 'fake news' event	Cuestionario: estadística descriptiva	7	123
Estudio 2	Journalism Education in Post-Truth Era: Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students' Perception of Fake News	Grupo focal: debate	-	5-6
Estudio 3	Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal	Cuestionario por conveniencia: estadística descriptiva	19	300
Estudio 4	Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes	Cuestionario por conveniencia: estadística descriptiva	22	602

6 *El español en el mundo 2019*. Anuario del Instituto Cervantes. Bala Perdida Editorial e Instituto Cervantes. Accesible en: <https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_19/el_espanol_en_el_mundo_anuario_instituto_cervantes_2019.pdf> (consultado el 25/10/2022).

Estudio 5	Undergraduates' News Consumption and Perceptions of Fake News in Science	Método mixto: análisis de textos y cuestionario. estadística descriptiva	7	91
Estudio 6	Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco	Cuestionario por conveniencia: estadística descriptiva	13	320
Estudio 7	Información falsa en la red: la perspectiva de un grupo de estudiantes universitarios de comunicación en Portugal	Grupo focal y cuestionario por conveniencia	12	49
Estudio 8	Opiniones y actitudes de los estudiantes universitarios de Comunicación ante las fake news	Cuestionario: cuantitativo (análisis descriptivo y análisis de la varianza) y cualitativo (entrevista estructurada)	23	118
Estudio 9	Designing for fake news literacy training: A problem-based undergraduate online-course	Cuestionario (análisis intrasujetos e intersujetos): estadística descriptiva y comparación cuantitativa	12 criterios	38
Estudio 10	Fake o no fake, esa es la cuestión: reconocimiento de la desinformación entre alumnado universitario	Cuestionario por muestra aleatoria: estadística descriptiva	54	830

Fuente: Elaboración propia, 2022.

El Estudio 1 se basa en un cuestionario en línea, cuya participación fue voluntaria, y que se distribuyó a todos los estudiantes asistentes a un evento que tuvo lugar de forma híbrida (presencial y en línea). El cuestionario consta de 5 ítems de elección forzada y 2 ítems abiertos (Rush, 2018, pp. 123-124). Asimismo, 123 estudiantes del primer ciclo universitario completaron el cuestionario. En cuanto al método de análisis de los datos, se ha utilizado una estadística descriptiva.

El Estudio 2, que persigue analizar los problemas de los enfoques pedagógicos en la educación periodística de la India y trata de sugerir enfoques pedagógicos para abordar el problema de las noticias falsas, se basa en tres sesiones de grupos focales con estudiantes de la carrera de periodismo de una universidad de la India (Bhaskaran *et al.*, 2019, pp. 159-161). Cada sesión contó con 5 o 6 participantes seleccionados en base a la presentación de un formulario de consentimiento. Se empleó una metodología cualitativa de análisis.

El Estudio 3 se basa en un cuestionario enfocado a estudiantes universitarios del área de comunicación (3 centros docentes: Brasil, España y Portugal) para conocer si los nexos geográficos o lingüísticos también se extienden al consumo, percepción y conocimiento de las noticias falsas (Catalina-García *et al.*, 2019, p. 101). Se cuenta con una muestra de conveniencia de 300 estudiantes de 18 a 24 años repartidos en la misma proporción entre los tres centros universitarios. Asimismo, el cuestionario contiene 19 preguntas con respuestas cerradas sobre: el perfil social de los encuestados (edad, género, dedicación actual) y nivel que cursan en su centro. Dicho cuestionario fue administrado en clase. Para el análisis, se empleó un método de análisis cuantitativo. Así pues, los datos recopilados se codificaron e introdujeron manualmente en una base de datos, que posteriormente fue refinada y revisada para su tratamiento estadístico con el programa IBM® SPSS® Statistics V. 22.

En cuanto al Estudio 4, se realizó un estudio de naturaleza exploratoria y descriptiva para recopilar datos que permitiera caracterizar la percepción y la actitud de los estudiantes de enseñanza superior ante las noticias falsas (Figueira & Santos, 2019, p. 8) the political and social consequences of the spreading of fake news on the internet have been thoroughly discussed in the last couple of years. Currently young people are the group with greater exposition to this reality due to the prevalence of communication technologies in their daily lives. On this article we review the literature on disinformation and analyse the longstanding relationship between false news and journalism, focusing on the particularities of the present situation. Using quantitative methodology, we conducted a survey to analyse the perceptions regarding fake news of 602 students (17-25 years-old. La metodología empleada fue no probabilística y por conveniencia. Asimismo, el cuestionario se compone de 22 preguntas y la muestra de participantes cuenta con 602 individuos de entre 17 y los 20 años pertenecientes a la enseñanza superior en Portugal.

El Estudio número 5 utiliza un método mixto para examinar el impacto de un programa de alfabetización periodística en 108 estudiantes (Zakharov *et al.*, 2019, pp. 656-657). Se recopilaron ensayos escritos y datos de cuestionarios. En total, se recogieron 89 ensayos que fueron analizados con la ayuda del programa informático NVivo 12™. En cuanto al cuestionario anónimo, se obtuvieron 91 ejemplares completados de los 108 administrados a los potenciales estudiantes, lo que significa una tasa de respuesta del 84%. Dicho cuestionario cuenta con 7 apartados.

El Estudio 6 se basa también en un cuestionario sobre la actitud de los estudiantes de periodismo ante las noticias falsas. Así pues, se registraron los datos sobre el perfil del encuestado (edad, género, curso, área de

conocimiento) y 13 preguntas acerca del grado de conocimiento del alumnado sobre el fenómeno de las noticias falsas, su percepción y actitud ante las mismas, y las áreas temáticas (Mendiguren *et al.*, 2020, pp. 175-176). El cuestionario cuenta con tres tipos de preguntas: cerrada, abierta y semiabierta. En una primera fase, centrada en el estudiantado de periodismo (entre 20 y 22 años) por ser un subconjunto social significativo de consumidores de medios de comunicación, se administraron 120 cuestionarios. En una segunda fase, abierta al estudiantado de otras áreas de conocimiento —ciencias políticas, económicas, física, medicina y bellas artes— por ser carreras ligadas a las secciones temáticas recurrentes en los medios de comunicación de información general, se administraron 200 cuestionarios. Tanto el análisis de los resultados como su cálculo estadístico se realizaron mediante el lenguaje de programación no procedimental de Microsoft Excel®. En ambas fases, se llevó a cabo a un tipo de muestra no probabilística.

El Estudio 7 consta de un estudio de caso que formaba parte de un modelo de investigación de enfoque cualitativo en el que se empleó un método mixto para recoger los datos a través de un grupo focal y la administración de un cuestionario (Sobral & de Moraes, 2020, p. 179). En cuanto al cuestionario empleado, su creación se ha basado en el documento de la Comisión Europea *Fake news and disinformation online* (Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea, 2018)⁷. Asimismo, el cuestionario, que cuenta con 12 preguntas, fue validado por expertos. Por su parte, el grupo focal se desarrolló en 5 fases y contó con un guion de 20 preguntas para la discusión. En total, se contó con 49 participantes (entre 21 y 23 años) de la licenciatura en comunicación, que fueron seleccionados por un criterio de convivencia, es decir, un grupo de clase que estaba disponible y ofrecía buenas condiciones.

El Estudio 8 se basa en un diseño mixto con un doble estudio cuantitativo (análisis descriptivo y análisis de la varianza) y cualitativo (entrevista estructurada). Para la parte cuantitativa se emplea una metodología descriptiva con el fin de conocer el comportamiento y la percepción del estudiantado universitario sobre el fenómeno noticias falsas, y de explorar los vínculos asociando grupos de variables (Martín-Herrera & Micaletto-Belda, 2021, pp. 196-197). En este trabajo también se utilizó un cuestionario, que consta de dos bloques: características identificativas del estudiantado (datos personales y académicos) y 23 ítems (en su mayoría, de escala tipo Likert). El cuestionario fue validado por 7 expertos en la materia mediante 3 indicadores: la coherencia de las preguntas con los objetivos de la investigación; la claridad y la adecuación del lenguaje de estos ítems a la muestra; y su opinión acerca de transformar, eliminación o adición de algún ítem. La muestra utilizada consta de 118 estudiantes del grado en Ciencias de la Comunicación y Comunicación Digital. Finalmente, el análisis de los datos y el contraste de hipótesis se llevaron a cabo con el programa IBM® SPSS® Statistics V. 22. Por otro lado, para el análisis cualitativo de los datos estadísticos derivados del estudio cuantitativo se empleó la técnica de la entrevista estructurada con preguntas abiertas mediante un cuestionario compuesto por 6 ítems que se administró a 12 estudiantes.

En el Estudio 9 se realizó un análisis de contenido de los datos de un cuestionario abierto y un análisis de la comunicación por correo electrónico con los estudiantes participantes en el estudio (Scheibenzuber *et al.*, 2021, pp. 5-6). El estudio consta de 3 preguntas, siendo la primera de tipo cualitativo (pregunta abierta y en línea); en la segunda pregunta se empleó un diseño de prueba previa y posterior que incluía un análisis intra e intersujetos; y la tercera pregunta se abordó mediante estadísticas descriptivas y una comparación cuantitativa de grupos. El número de participantes de este estudio fue 38.

Finalmente, el Estudio 10 presenta una base cuantitativa por medio de un cuestionario compuesto por 5 bloques de preguntas: identificación de noticias como falsas o reales; frecuencia de consulta de la información y las noticias; frecuencia de participación en los foros y sus comentarios; percepción sobre la prevalencia de noticias falsas y las herramientas y capacidades para identificarlas y analizar su veracidad; y preguntas sociodemográficas (Cerdà-Navarro *et al.*, 2021, pp. 303-305). En total hay 44 preguntas. La muestra aleatoria simple está compuesta por 830 estudiantes. En cuanto al análisis, las diferencias entre grupos en las variables categóricas se calcularon mediante el estadístico chi-cuadrado y se analizaron los residuos tipificados. Para analizar las diferencias entre grupos en las variables métricas se realizaron pruebas t para muestras independientes. Para llevar a cabo estos análisis, se utilizó el programa IBM® SPSS® Statistics V. 24.

De manera general, se observa que el método de investigación más frecuente se basa en el uso de los cuestionarios, salvo en dos trabajos: uno emplea un método mixto; y el otro usa el debate. Por otro lado, las muestras más frecuentes se han obtenido por conveniencia, según un muestreo no probabilístico. Así pues, no hay una selección al azar, sino una elección subjetiva. El uso de este tipo de muestras resulta más pertinente en estudios centrados en el estudiantado universitario, ya que se cuenta con grupos de estudiantes creados administrativamente para la docencia. Asimismo, el tamaño de las muestras es heterogéneo, aunque 6 de los 10 estudios cuentan con más de 100 participantes y 4 de ellos con más de 300, solo 4 estudios están por debajo de 100. Si nos centramos en las preguntas, el número más frecuente se sitúa en torno a las 10-20 preguntas, siendo 7 el mínimo y 54 el máximo encontrado. Los datos obtenidos se han analizado frecuentemente aplicando una estadística descriptiva y es frecuente el uso del programa informático IBM® SPSS® Statistics para el procesamiento de los datos.

7 European Commission. (2018). Fake news and disinformation online. Flash Eurobarometer 464, April 2018. Accesible en: <https://data.europa.eu/data/datasets/s2183_464_eng?locale=en> (consultado el 25/10/2022).

4. Conclusiones

Los resultados obtenidos corroboran la existencia de publicaciones científicas diversas y de calidad sobre la percepción de las noticias falsas por parte del estudiantado universitario. Por tanto, el análisis llevado a cabo nos ha permitido identificar y comparar los distintos métodos científicos utilizados en los trabajos seleccionados. Dichas publicaciones son bastante recientes, posteriores al año 2018, lo que puede sugerir un interés más bien reciente por esta cuestión. Asimismo, los datos del análisis indican que la mitad de las publicaciones se han escrito en lengua española y la otra mitad en inglés. Por consiguiente, podemos inferir dos fenómenos: el interés por publicar en otra lengua que no solo sea el inglés y el posicionamiento del español como segunda lengua científica mundial, aunque no alcance la presencia del inglés. Cabe señalar también que la mayor parte de los estudios analizados haya tenido lugar en España (4 trabajos) y Portugal (3 trabajos). En cuanto a los métodos de investigación analizados, destacan tanto el uso de los cuestionarios por conveniencia como el análisis basado en la estadística descriptiva.

El empleo de las 3 bases de datos para la búsqueda y selección de artículos, así como del motor de búsqueda científico-académico nos ha permitido encontrar un número considerable de trabajos. Hay que tener en cuenta la novedad del campo y la especificidad de los términos empleados para la búsqueda, esto es, que los trabajos científicos versaran sobre noticias falsas, percepción y enseñanza universitaria. Por otro lado, en dicha búsqueda, hemos encontrado otros trabajos que cumplían estos requisitos, pero que no eran artículos científicos, por ejemplo, las actas de congresos. Por tanto, no se han seleccionado.

Los datos obtenidos pueden servir para diseñar nuevos cuestionarios que aborden temas no tratados en estos trabajos o para reproducir los cuestionarios ya existentes, pero aplicados a otras muestras o bien a muestras de mayor tamaño. Desde el punto de vista docente, este trabajo permite conocer mejor el panorama actual sobre la percepción del estudiantado acerca de las noticias falsas, lo que posibilita el diseño de nuevos enfoques didácticos que les ayuden a identificar las noticias falsas y a aprender a protegerse de ellas.

5. Agradecimientos

Este trabajo se ha llevado a cabo en el marco del proyecto de investigación REMEDLANG, Évaluation d'un dispositif de remédiation anglaise et espagnole dans le but de favoriser l'autonomie langagière et l'autonomie d'apprentissage au niveau L1 en LEA [Idex/EK/RR 2020-291], de Université Paris Cité. Asimismo cuenta con el apoyo de los grupos de investigación CLILLAC-ARP 3967 (Université Paris Cité) y FENIX SEJ-596 (Universidad de Sevilla).

Referencias

- Abuín-Penas, J., & Abuín-Penas, R. (2022). Redes sociales y el interés por la información oficial en tiempos de pandemia: análisis de la comunicación de los ministerios de salud europeos en Facebook durante la COVID-19. *Revista de Comunicación Y Salud*, 12. <https://doi.org/10.35669/rcys.2022.12.e303>
- 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>
- Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56(March 2020), 101475. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154–175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Ballesteros Herencia, Carlos A. (2020). Bases para el tratamiento informativo de las drogas en los medios de comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(1), 43-66. [http://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(1\).43-66](http://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(1).43-66)
- Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A., & Piñeiro-Naval, V. (2021). The influence of political ideology on fake news belief: The Portuguese case. *Publications*, 9(2), 1–17. <https://doi.org/10.3390/publications9020023>
- Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019). Journalism Education in Post-Truth Era: Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students' Perception of Fake News. *Journalism and Mass Communication Educator*, 74(2), 158–170. <https://doi.org/10.1177/1077695819830034>
- Blanco Alfonso, I., García Galera, C., & Tejedor Calvo, S. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 449–469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Bonnet, J. L., & Rosenbaum, J. E. (2020). “Fake news,” misinformation, and political bias: Teaching news literacy in the 21st century. *Communication Teacher*, 34(2), 103–108. <https://doi.org/10.1080/17404622.2019.1625938>
- Carrion-Alvarez, D., & Tijerina-Salina, P. X. (2020). Fake news in COVID-19: A perspective. *Health Promotion Perspectives*, 10(4), 290–291. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.44>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de La Informacion*, 29(2), 1–11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.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. *Revista de Comunicacion*, 18(2), 93–115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>
- Cerdà-Navarro, A., Abril-Hervás, D., Mut-Amengual, B., & Comas-Forgas, R. (2021). Fake o no fake, esa es la cuestión: reconocimiento de la desinformación entre alumnado universitario. *Revista Prisma Social*, 34, 34.
- Figueira, J., & Santos, S. (2019). Perceptions about fake news in Portuguese higher education students: An analysis of consumption and attitudes. *Profesional de La Informacion*, 28(3), 1–16. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.15>
- Galan, L., Osserman, J., Parker, T., & Taylor, M. (2019). *How young people consume news and the implications for mainstream media*. Oxford University. <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2019-08/apo-nid256781.pdf>
- Hargittai, E., Fullerton, L., Menchen-Trevino, E., & Thomas, K. Y. (2010). Trust Online: Young Adults' Evaluation of Web Content. *International Journal of Communication* 4, 4, 468–494.
- Hirst, M. (2017). Towards a political economy of fake news. *The Political Economy of Communication*, 5(2), 82–94.
- Islam, M. S., Kamal, A. H. M., Kabir, A., Southern, D. L., Khan, S. H., Murshid Hasan, S. M., Sarkar, T., Sharmin, S., Das, S., Roy, T., Harun, M. G. D., Chughtai, A. A., Homaira, N., & Seale, H. (2021). COVID-19 vaccine rumors and conspiracy theories: The need for cognitive inoculation against misinformation to improve vaccine adherence. *PLoS ONE*, 16(5 May 2021), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251605>
- Kshetri, N., & Voas, J. (2017). The Economics of “Fake News.” *IT Professional*, 19(6), 8–12. <https://doi.org/10.1109/MITP.2017.4241459>
- Kwok, A. O. J., & Koh, S. G. M. (2021). Deepfake: a social construction of technology perspective. *Current Issues in Tourism*, 24(13), 1798–1802. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1738357>
- 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.2021.17.661.193-206>
- Mendiguren-Galdospín, T., Pérez-Dasilva, J.-Á., & Meso-Ayerdi, K. (2020). Fake news and coronavirus: Detecting key players and trends through analysis of twitter conversations. *Profesional de La Informacion*, 29(3), 1–22. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>

- 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 Comunicacion*, 19(1), 171–184. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A10>
- Mercenier, H., Wiard, V., & Dufrasne, M. (2021). Teens, Social Media, and Fake News A User's Perspective. En G. López-García, D. Palau-Sampio, B. Palomo, E. Campos-Domínguez, & P. Masip (Eds.), *Politics of Disinformation: The Influence of Fake News on the Public Sphere* (First Edit, pp. 159–172). John Wiley & Sons.
- Moscadelli, A., Albora, G., Biamonte, M. A., Giorgetti, D., Innocenzio, M., Paoli, S., Lorini, C., Bonanni, P., & Bonaccorsi, G. (2020). Fake news and covid-19 in Italy: Results of a quantitative observational study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165850>
- Naeem, S. Bin, Bhatti, R., & Khan, A. (2021). An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Information and Libraries Journal*, 38(2), 143–149. <https://doi.org/10.1111/hir.12320>
- Parra-Valero, P., & Oliveira Silva, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS*)*, 12(5), 54–78. <https://doi.org/10.15847/obsobs12520181374>
- Pulido, C. M., Ruiz-Eugenio, L., Redondo-Sama, G., & Villarejo-Carballido, B. (2020). A New Application of Social Impact in Social Media for Overcoming Fake News in Health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph17072430>
- Rush, L. (2018). Examining student perceptions of their knowledge, roles, and power in the information cycle: Findings from a 'fake news' event. *Journal of Information Literacy*, 12(2), 121–130. <https://doi.org/10.11645/12.2.2484>
- Scheibenzuber, C., Hofer, S., & Nistor, N. (2021). Designing for fake news literacy training: A problem-based undergraduate online-course. *Computers in Human Behavior*, 121(September 2020), 106796. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106796>
- Sobral, F. A., & de Moraes, N. S. N. (2020). Información falsa en la red: la perspectiva de un grupo de estudiantes universitarios de comunicación en Portugal. *Prisma Social*, 29, 173–194.
- van der Linden, S., Panagopoulos, C., & Roozenbeek, J. (2020). You are fake news: political bias in perceptions of fake news. *Media, Culture and Society*, 42(3), 460–470. <https://doi.org/10.1177/0163443720906992>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://news.1242.com/article/148290>
- Waszak, P. M., Kasprzycka-Waszak, W., & Kubanek, A. (2018). The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study. *Health Policy and Technology*, 7(2), 115–118. <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>
- Westerlund, M. (2019). The emergence of deepfake technology: A review. *Technology Innovation Management Review*, 9(11), 39–52. <https://doi.org/10.22215/TIMREVIEW/1282>
- Zakharov, W., Li, H., & Fosmire, M. (2019). Undergraduates' News Consumption and Perceptions of Fake News in Science. *Portal: Libraries and the Academy*, 19(4), 653–665.