



Antonio José de Sucre
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA

Uso de las redes sociales como fuente de información de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.

Daniela Andrea Martínez España
Adriana Isabel Vásquez Bertel

Trabajo de grado presentado para optar al título de comunicador social

Tutores

Andrea Lorduy Díaz, Lic en Lengua Castellana y Comunicación. Magister en Didáctica de la Comunicación. Docente en la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.
Nadin Madera Arias, Abogado. Máster en Derecho del Estado con Énfasis en Derecho Público y Doctorado en Derecho. Docente en la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.

Corporación Universitaria Antonio José de Sucre

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Comunicación Social

Año 2021

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a nuestras familias, Jairo Martínez, Eloina España, Jair Martínez; y Mabel Bertel, Luis Carlos Vásquez, Joel Vásquez, cada uno de ellos fue nuestro apoyo fiel y constante; Todos sus esfuerzos económicos y morales fueron un rayito de luz que nos mostraban cada vez con más claridad el camino al éxito. Hoy no es por nosotras, sino por y para ustedes. Para nuestros tutores, principalmente la profesora Andrea Lorduy, que con sus conocimientos nos hicieron crecer académica y profesionalmente, son ustedes merecedores de este honor, tanto como nosotras. Por último, dedicamos este logro a todas las personas que creyeron en nosotras, compañeros, docentes y familiares.

Agradecimientos

Nuestros profundos agradecimientos principalmente a la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, por permitirnos desarrollar nuestro conocimiento y habilidades en su institución, y ser parte esencial de este proceso formativo. Agradecemos al semillero de investigación GINCIS de FACS por abrirnos las puertas a su equipo y poder realizar este trabajo investigativo.

De igual manera, agradecemos a nuestros tutores Andrea Lorduy y Nadin Madera, por sus pacientes asesorías durante todo este periodo, su dedicación, apoyo incondicional y amistad son de ejemplo para nosotras; agradecemos de forma sincera a nuestro compañero de clases, Efraín Martínez, por siempre estar pendiente de nuestro rendimiento académico y apoyarnos siempre que lo necesitamos. Finalmente agradecer por su constancia en este proceso a nuestra jefe de prácticas y directora de comunicaciones de la institución, Yesenia Neira Luna, porque cada una de sus palabras fueron enseñanzas que quedarán guardadas durante un largo tiempo de carrera profesional; agradecerle por mostrar lo multifacética y hermosa que puede ser la comunicación.

Tabla de contenidos

Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
1 planteamiento del problema	13
3 objetivos	18
3.1 Objetivo general	18
3.2 Objetivos específicos.....	18
4 Antecedentes	19
5 Marco teórico	23
6 metodología.....	27
6.1 Diseño de la investigación.....	27
6.2 Enfoque de la investigación	27
6.2.1 Población.....	28
6.2.2 Muestra y Muestreo	28
6.3 Instrumentos	29
6.3.1 Instrumentos de Recolección de Datos.....	29
6.4 Técnicas de Procesamiento de Datos	30
6.5 Cronograma y Presupuesto.....	35
7 resultados.....	36
Capítulo I - Del objetivo específico I: Caracterizar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre	36
Capítulo II - Del objetivo específico II: Identificar las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, como fuente de información.....	41

Capítulo III - Del objetivo específico III: Establecer el uso que le dan a la información de RRSS los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.....	47
Capítulo IV - Del objetivo específico IV: Analizar el impacto que causa el flujo de información de redes sociales en la vida académica y personal de los estudiantes.....	55
8 conclusiones	59
9 recomendaciones	62
Referencias	63

Lista de Gráficos

<i>Gráfico 1- Rango de edades / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.</i>	<i>33</i>
<i>Gráfico 2 - Género / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>34</i>
<i>Gráfico 3- Programa Académico / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.</i>	<i>35</i>
<i>Gráfico 4- Jornada Académica / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.</i>	<i>35</i>
<i>Gráfico 5- Tiempo en RRSS / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.</i>	<i>38</i>
<i>Gráfico 6- Horario frecuente en RRSS / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>39</i>
<i>Gráfico 7- Uso de RRSS como fuente de inf. / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>40</i>
<i>Gráfico 8- Índice de difusión de inf. en RRSS / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>44</i>
<i>Gráfico 9- contenido compartido en RRSS / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>45</i>
<i>Gráfico 10- comportamiento ante contenido noticioso / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>47</i>
<i>Gráfico 11- Frecuencia de verificación de información y fuente / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>48</i>
<i>Gráfico 12- Influencia de Fake News / Encuesta Uso de RRSS como fuente de inf.....</i>	<i>51</i>

Siglas, acrónimos y abreviaturas

CORPOSUCRE	Corporación Universitaria Antonio José de Sucre
RRSS	Redes Sociales
FACS	Facultad de Ciencias Sociales
C. Social	Comunicación Social
EEUU	Estados Unidos
Inf.	Información

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar el uso de las redes sociales, y estas como fuente de información de los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la corporación universitaria Antonio José de Sucre, para ello, se recurrió a un diseño empírico o no experimental que se aplicó de manera transversal, teniendo en cuenta que el tema a investigar contaba con suficientes bases teóricas. Por su parte, la información en redes sociales fue un tema de alta importancia para investigar por el alto consumo de estas, según los resultados de la investigación, los encuestados dedican un tiempo aproximado de 1 a 3 horas en las redes sociales al día. Posteriormente se realizó una investigación de tipo descriptivo que permitió el análisis del comportamiento de los estudiantes en las redes sociales y su forma de extraer información en esta misma, las encuestas arrojaron resultados positivos que connotan responsabilidad por parte de los estudiantes al momento de informarse a través de redes sociales, ya que, el 45% de los encuestados, lee todo el contenido que encuentra en RRSS y verifica las fuentes y la información con otros medios, infiriendo de esto que, los estudiantes tienen criterios para el consumo de información en plataformas digitales. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se concluye que, es necesario una intervención de refuerzo y concientización por parte de los investigadores para hacer seguimiento a la situación arrojada por las encuestas entorno a las fuentes de información y criterios aplicados al momento de dar y recibir información de las redes sociales.

Palabras clave: Información, Criterios de información, Fuentes de información, Fake news, Comunicación social, Estudiantes, Social Media.

Abstract

The objective of the research was to determine the use of social networks, and these as a source of information for the students of the faculty of social sciences of the Antonio José de Sucre university corporation, for this, an empirical or non-experimental design was used that It was applied in a transversal way, taking into account that the topic to be investigated had sufficient theoretical bases. For its part, information on social networks was a topic of high importance to investigate the high consumption of these, according to the results of the research, respondents spend an approximate time of 1 to 3 hours on social networks a day. Subsequently, a descriptive research was carried out that received the analysis of the behavior of the students in social networks and their way of extracting information in it, the surveys yielded positive results that connote responsibility on the part of the students at the time of informing themselves through of social networks, since 45% of those surveyed read all the content they find in RRSS and verify the sources and information with other media, inferring from this that students have criteria for the consumption of information on digital platforms . Considering the results obtained, it is concluded that a reinforcement and awareness intervention is necessary by the researchers to monitor the situation produced by the surveys around the sources of information and criteria applied at the time of giving and receiving information from social networks.

Keywords: Information, Information Criteria, Information Sources, Fake news, Social Communication, Students, social media.

Introducción

Una vez Einstein dijo: “Temo el día en que la tecnología sobrepase nuestra humanidad. El mundo solo tendrá una generación de idiotas”.

En este estudio se presenta el análisis sobre el auge de las redes sociales digitales en los estudiantes, estas sumergiéndose cada vez más en el campo académico hacen imprescindible que las facultades de las instituciones de educación superior, y aun, de educación básica, se planteen una revisión curricular para que pasen a ser una parte fundamental de los estudios. Torres y Carranza señalan que este ha sido el paso a seguir de diferentes instituciones de educación superior en América Latina señalan, y además proponen, basadas en los resultados de su investigación, la modificación de los roles de profesores y estudiantes, buscando la adaptación de estrategias y aprendizajes a la web 2.0 y sus diversas herramientas, entre esas, las redes sociales (2011). La investigación de las autoras mencionadas, confirma la importancia de la introducción de las redes sociales en la educación, sin dejar de lado que estas permiten el trabajo colaborativo y a su vez el intercambio de informaciones, lo que hace que las redes sociales sean objeto de investigación en el campo académico.

En un informe del Project for Excellence in Journalism, Matsa y Mitchell exponen que “las redes sociales se han convertido en una fuente básica de consumo de noticias, convirtiendo las informaciones en “portátiles”, “personalizadas” y “participativas”. Así, el consumo de noticias se ha convertido en una experiencia social.” (2014). Sin embargo, no es desconocido que esta área social se liga con la académica, de tal forma que las personas, en especial los jóvenes, se encuentran inmersos en la ola digital, y aun sin buscarlo, esta se convierte en parte fundamental del comportamiento diario. En este punto, todo el apogeo de información tecnológica se complementa de los avances que ha tenido la tecnología y el permisivo acceso que tienen las personas para pasar a ser internautas, es decir, la oportunidad que tienen todos, incluidos y favoreciendo a los jóvenes y estudiantes, de navegar por la internet y acceder a las herramientas que este brinda. Lo anteriormente mencionado, ha facilitado también poder saciar la necesidad que tienen los usuarios de informarse e informar de forma inmediata, generando así, series de desinformación digital en la cual no queda exento ningún internauta.

El internet se ha caracterizado por abrir paso a un mundo de información asequible. De hecho, el primer economista del Banco Mundial, Kaushik Basu, afirma durante un informe sobre el

desarrollo mundial en 2016 que en la actualidad el 40 % de la población mundial está conectada a través de Internet, lo que supone un impresionante cambio que da lugar a una nueva era (The World Bank , 2016). Lo que se traduce como una lista de información abierta cada vez mayor en la web, en la que ya no solo se habla de noticias, sino también de datos personales; no obstante, el permisivo acceso a esta información no es sinónimo de confiabilidad o veracidad, lo que se ha convertido en un escalón para crear patrones de mala conducta en cuanto a las acciones de investigación y verificación de las fuentes informativas, en especial dentro de los jóvenes.

El Estudio Internacional sobre Alfabetización Computacional e Informativa (ICILS, en inglés) de la Asociación Internacional para la Evaluación del Logro Educativo (IEA, en inglés), según se cita en la investigación de Paulina (2020), demostró que sólo el 2% de los jóvenes entrevistados posee habilidades necesarias para la selección o identificación de información online. Lo que se tomaría como un indicio de que la información desencadenada en la web y su asequibilidad, no sería la principal causa de desinformación, sino el interés del usuario por verificar esta misma. En este sentido, y, dado el caso de que los estudiantes están involucrados en el tema, se resalta la participación de los estudiantes de la facultad de ciencias sociales, quienes en general están siendo formados para intervenir en el comportamiento social, lo que da importancia a que la investigación haya relacionado de forma especial el foco del objeto, es decir, los estudiantes de FACS, con la actividad informativa en redes sociales.

Por su parte, con esta investigación sobre el uso de las redes sociales como fuente de información en los estudiantes de la facultad de ciencias sociales, se concluyó que es importante que las personas puedan determinar y limitar el uso que le dan a las redes sociales como fuente de información, en especial los estudiantes de la facultad de ciencias sociales, dado que estos manejan una relación directa con el comportamiento y desarrollo de las personas dentro de la sociedad. Por ello a través de esta investigación se buscaba identificar qué redes sociales utilizan más los jóvenes y qué uso le dan a esta información que encuentran a diario en ellas, si es compartida antes de ser verificada o si los estudiantes tienen el criterio de estudiar las fuentes antes de transmitir la información y mitigar de esta forma las fake news o informaciones falsas. Después de haber aplicado el diseño metodológico cuantitativo, a través de la encuesta se pudo analizar que los estudiantes de FACS de la corporación Antonio José de sucre, dedican un tiempo aproximado de 1 a 3 horas en las redes sociales al día. En lo que respecta al objeto principal de esta investigación, el 43,8% de los encuestados se interesan por estar informados con lo que

ocurre en su entorno y las redes sociales que utilizan para esto son en su mayoría WhatsApp, Facebook e Instagram, aunque la confianza que tienen en esta misma es muy poca.

Por otro lado, en cuanto a la publicación de contenido informativo en redes sociales solo el 20% responde a ello, y habitualmente el 45% de los encuestados leen los contenidos noticiosos y verifican la información en otros medios; sin embargo, el 62,5 % consideran que la publicación de noticias falsas en Facebook no repercute en su vida diaria, académica y profesional, aunque apoyan la regulación de estas mismas. Lo que para concluir sería un punto positivo para los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre - CORPOSUCRE, quienes a pesar de estar expuestos a la desinformación al igual que los demás estudiantes de diferentes facultades, estos cuentan con criterios formativos para verificar las fuentes noticiosas, y consideran no sentirse afectados por la divulgación de fake news, según la investigación en cuestión sobre información en redes sociales, confirmando pertenecer al 2% de los jóvenes que poseen habilidades para consumir información con responsabilidad, sobrecitando la investigación de Osvaldo Paulina (2020). sin embargo, al finalizar la investigación se recomienda y propone realizar campañas de concientización y sensibilización a los estudiantes, en especial a los de la facultad estudiada por su relacionamiento constante desde su profesión con la sociedad, de esta forma, enseñar a cada uno el uso correcto de estas plataformas, y los límites que deberían implementar si el objetivo es incluirlos en la formación académica profesional.

1 planteamiento del problema

Actualmente vivimos en la era informativa, donde todos tienen la necesidad básica de mantenerse informados y algunos nacen con la necesidad de informar. Con los avances de la tecnología y el amplio mercado de esta, a través de los años los usuarios navegadores en la red de internet se han incrementado y, además, la información ha contado con la suerte de cada vez ser más rápida y viral gracias a estos mismos avances, lo que ha permitido que cada persona se informe de la forma más instantánea que le sea posible y sin importar el lugar en el que esté. Sin embargo, tal como lo expresa Héctor Francisco Gómez en su artículo, “estos avances tienen como efecto colateral, que información falsa, sensacionalista y sin fundamentos se pueda propagar rápidamente y sin fronteras” (2013). Esto último de la viralidad o propagación de información verídica o no, se debe en gran parte a las redes sociales, quienes juegan un papel importante y decisivo en la actualidad, ya que permiten el acceso fácil y rápido a información y datos de todo tipo y en todo momento para todas las personas.

En la revista *Gestión de las Personas y la Tecnología*, Héctor Gómez plantea que el acceso sin control, el anonimato y la falta de regulación para publicar en Internet; causa que los contenidos disponibles en esta red muchas veces carezcan de rigurosidad, confiabilidad y credibilidad (Gómez, 2013); Esto generará más información falsa que la construcción de sabiduría colectiva. Además, el ciberespacio representa un nuevo espacio público que puede interactuar directamente sin limitaciones de tiempo y espacio, siendo las redes sociales la mayor manifestación de este fenómeno. Esto quiere decir, y presenta a las redes sociales como la nueva oportunidad para la sociedad de interactuar entre sí, lo que podría asimilarse como una realidad virtual; ya que simula la interrelación de un grupo y su comunicación a la de los grupos sociales en el mundo real, en la que también existen patrones de poder, aparición de líderes, jerarquización de miembros y monopolio de opiniones. Ante estas realidades las personas se desarrollan en su hábitat y se adaptan según las condiciones, es decir, con la tecnología y su veloz avance, la inclinación de las nuevas generaciones podría ser hacia la instantaneidad y facilidad.

En investigaciones, Alonso González escudriña el comportamiento de periodismo en las redes sociales y concluye que “las noticias falsas se han convertido en una constante dentro del Periodismo y en un verdadero problema a la hora de discernir la verosimilitud de una información” (Alonso, 2019). En el informe de “Predicciones Tecnológicas para el 2018” la

consultora Gartner afirma que “en el 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas y que no habrá suficiente capacidad, ni material ni tecnológica, para eliminarlas” (Gartner, 2018).

Las redes sociales son ahora hegemónicas en cuanto a información se refiere, en especial cuando la situación se plantea frente al panorama de los medios tradicionales, quienes evidentemente han perdido audiencia entre las generaciones más jóvenes. La extensión del uso de redes sociales ha transformado la forma en que accedemos a la información, es quizás por esto, que estas empiezan a tomar lugar en el mundo de la información. Una reciente edición de *Ambitos: La revista internacional de comunicación*, publicó un estudio realizado por Pew Research Center que demuestra que:

“las redes sociales se sitúan por encima de la prensa como medio para acceder a las noticias de actualidad entre los adultos estadounidenses, de manera que el 20% prefiere informarse por redes sociales como Facebook o Twitter, que por los periódicos (16%). En España, el consumo de Internet por parte de los jóvenes menores de 35 años ha superado incluso al de televisión, esto podría ser índice que incite a los medios tradicionales a integrar la virtualidad y nuevo auge de las redes sociales con la tradicionalidad de los medios”. (Alonso , 2019)

A todo esto, cabe concluir que la tecnología y su permisivo acceso a la información a través de la web y las redes sociales, expone a los usuarios a la desinformación y creación de malas conductas en el momento de informarse, esto sin exentar a los estudiantes, quienes comprometen de manera involuntaria su formación académica, en caso de no contar con la responsabilidad de verificar la información y fuentes que consumen. Así mismo y por lo que, los estudiantes de la facultad de ciencias sociales se vuelven prioridad para esta investigación debido al objeto de su deber ser académico y profesional en “ciencias sociales” de estar comprometidos con la sociedad, su comportamiento y desarrollo, y la relación inmersa que esta sociedad tiene con las nuevas tecnologías y sus herramientas, entre esas las redes sociales.

En este punto y resaltando su importancia, la razón de esta investigación busca resolver: ¿Cuál es el uso de la información en redes sociales que le dan los estudiantes de FACS en CORPOSUCRE? ¿Qué redes sociales utilizan y con qué fin? ¿de qué manera influye la desinformación de las redes sociales en su vida diaria y académica? Y de esta forma, estudiar el

comportamiento de los estudiantes en las redes sociales, para saber de qué manera se podría, desde un punto de vista académico, intervenir en el consumo y producción de información en plataformas digitales por de los estudiantes, es decir, con esta investigación que busca, principalmente, conocer el uso que los estudiantes le dan a la información en redes sociales, pero a su vez y más profundamente, estudiar patrones de comportamiento frente a la información que le permitan a la instrucción vincular el manejo responsable de las redes sociales al ámbito académico .

2 justificación

Por su alto alcance, características comunicativas e influencia en la sociedad actual, las redes sociales son referentes de impacto en cuanto a la difusión masiva de información. Su auge ha sido tan exitoso que tanto particulares como empresas, utilizan estas plataformas con múltiples objetivos, entre ellos la comunicación interactiva y dinámica, el intercambio de información y el beneficio comercial. Ahora bien, en los últimos años han surgido muchos tipos de redes sociales, tanto para un público general, como para empresas u objetivos profesionales, estos segmentos específicos en las redes sociales varían según sus fines e intereses, pero todos comparten en común una característica de las redes sociales: información y comunicación.

Agregando a lo anterior, una de las principales consecuencias o ventajas que tiene Internet y sus herramientas, es sin duda la gran cantidad de información a la que tenemos acceso hoy en día, esto también debido a los avances de la tecnología. Según Kaushik Basu “en la actualidad el 40% de la población mundial está conectada a través de Internet, lo que supone un impresionante cambio que da lugar a una nueva era” (The World Bank , 2016). Esto significa que, en parte, las redes sociales se han vuelto parte de la cotidianidad debido a su expansión masiva en la sociedad, y según el Boletín Trimestral de las TIC, para el cierre del tercer trimestre del 2019, en Colombia había 28,9 millones de accesos móviles a internet, es decir que seis (6) de cada diez (10) colombianos tienen acceso a dispositivo móvil (2019), lo que se debe a diferentes factores como: moda, accesibilidad y productividad. En este sentido, y promediando, según este mismo informe, que cada persona maneje una red social, y navegue alrededor de tres horas diarias, se estimaría que, en su mayoría, las personas inviertan más tiempo en la tecnología que en la propia educación, convirtiendo el uso de redes sociales y el tiempo que le invierten los jóvenes a estas en un factor a estudiar e investigar.

Las redes sociales (Twitter, Facebook) son medios tentativos para la expansión y divulgación de rumores. El director de la revista digital Prodavinci, Angel Alayón, sostiene que:

“Allí hemos sido testigo de muertos que resucitan en horas, bancos que quiebran pero que en realidad están solventes, secuestrados que se enteran de su presunta situación cuando están tomando un tranquilo baño de playa con la familia y la lista podría continuar con temas de mayor sensibilidad política. Son rumores. Falsos. Pueden ser poderosos. Pueden destruir matrimonios,

acabar con la carrera de un político o de un artista, quebrar instituciones financieras y ocasionar conmoción social. Y algo tan poderoso vale la pena tratar de entenderlo” (2017).

Estos rumores solo son el resultado de un descontrol de información en redes sociales, en primer lugar, se sabe que el contenido dentro de las plataformas no tiene un manejo estricto, sino solo en algunos temas como pornografía infantil, spam, etc. Pero estas limitaciones no cubren por completo la plaga de contenido no acto como información falsa o sin fuerza de veracidad. De esta forma, lo que respecta a la información es completamente criterio del usuario; es decir, los 15 millones de personas se alimentan de información, inconscientemente, reales y ficticias durante esas tres horas diarias en promedio, y poder identificar si son verdícas o no, es completamente criterio del consumista.

De esto se infiere que, las personas siempre estarán expuestas a contenidos que de una u otra manera no son de buen provecho y que no pueden controlarse a cabalidad debido a la gran cantidad de demanda que existe en el espacio cibernético, por esta razón, la única forma de que exista una autoexigencia para el consumo de información en RRSS, es a través de criterios personales, los cuales pueden y se proponen ser forjados por el ámbito académico, sin embargo, esto solo se puede demostrar de forma más precisa a través de las presente investigación.

En el mismo sentido, y en esta ola de información y desinformación, lastimosamente se encuentran sumergidos el futuro del país, es decir, los estudiantes. quienes deben y tienen la necesidad de acceder a una información veraz, de buenas fuentes y que les permita sentirse seguros de que la información que sustraen a diario es de edificación a su conocimiento. Por esta razón se hace necesario llevar a cabo una investigación que defina y confirme el uso que le dan los estudiantes a la información que encuentran en redes sociales, y de esta forma se hagan las recomendaciones pertinentes.

3 objetivos

3.1 Objetivo general

Determinar el uso de las redes sociales como fuente de información de los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.

3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.
- Identificar las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, como fuente de información.
- Establecer el uso que le dan a la información de redes sociales los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.
- Analizar el impacto que causa el flujo de información de redes sociales en la vida académica y personal de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.

4 Antecedentes

Desde que empieza el posicionamiento de las redes sociales, con su alta influencia en la cotidianidad, diversos grupos investigadores se vieron interesados en estudiar comportamientos relacionados a estas herramientas de la web 2.0. Por una parte, en la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación - UNIACC, en Valparaíso- Chile, el autor de una importante investigación, Gómez Arriagada Héctor Francisco, afirma y hace énfasis en que:

“El acceso sin control, el anonimato y la falta de regulación para publicar en Internet; causa que los contenidos disponibles en esta red muchas veces carezcan de rigurosidad, confiabilidad y credibilidad lo que genera más desinformación que la construcción de una inteligencia colectiva.” (Gomez, 2013)

Este fragmento, aporta a la investigación en desarrollo sobre la información en redes sociales, una idea sobre el origen de la desinformación, la cual, tal como se menciona en el apartado de Gómez, surge del acceso sin control para publicar y compartir información, válgase de contenido noticioso o datos personales, entre otro tipo de información. No mencionado de manera explícita, Gómez se dirige a esta desinformación como un factor que influye en todos los usuarios que se encuentran relacionados con las plataformas sociales, incluyendo a los jóvenes y estudiantes. Citando nuevamente a Héctor Gómez:

“Además, el ciberespacio representa un nuevo espacio público para interacciones directas sin restricciones de tiempo ni espacio, siendo las redes sociales la mayor expresión de este fenómeno. En ellas la dinámica de grupos y la comunicación interpersonal se manifiesta de manera similar a los grupos sociales en el mundo físico, generándose también relaciones de poder, emergencia de líderes, jerarquización de los miembros y monopolización de las opiniones. Para enfrentar ambas realidades es necesario que las personas desarrollen; por un lado, una actitud crítica para analizar contenidos mientras que; por otro, estimulen una participación activa en las redes sociales para evitar la hegemonía”. (2013)

Con esto, el autor deja en claro el papel que juegan las redes sociales en la sociedad, donde estas han sido la aparente solución a la distancia y restricción de información. En el fragmento citado,

se encuentra por qué las redes sociales son fundamentales en el comportamiento de la sociedad, y que, además, despliega de la idea en la que todos pertenecen a un nuevo espacio social de interconexión digital, un espacio caracterizado por la accesibilidad que se permite por causa de las escasas o nulas restricciones presentes en las plataformas digitales, más específicamente, las de interacción sociales. Esta misma permisividad ha incrementado el índice de fake news en redes sociales.

“A finales del año pasado, el Reuters Institute publicó un estudio que distinguía tres categorías de «noticias falsas»: (1) noticias «inventadas» para ganar dinero o desacreditar a otros; (2) noticias basadas en hechos a las que se da un giro para adaptarlas a un plan específico; y (3) noticias con las que la gente no se siente cómoda o no está de acuerdo.” (Gutierrez , 2018)

Para continuar y tener un enfoque que permitiera pre visualizar el comportamiento de los estudiantes frente a la desinformación, se encontró el fragmento anterior de una investigación que propone unos patrones de razón para la creación o difusión de noticias falsas. Esto quiere decir que, con lo anterior la investigación ya cuenta con una lista de motivos que ayudarán a dirigir la encuesta o futuras encuestas de próximas investigaciones a fines. Sin embargo, aunque el tema investigado cuenta con suficientes bases teóricas e investigaciones análogas, el objeto de estudio es un factor de cambio constante, cada avance o aun cada usuario es un cambio nuevo que despierta la curiosidad de la investigación para iniciar una nueva. En su artículo de opinión, Ricardo Gutierrez cita una encuesta realizada por Kantar Sofres sobre la confianza de los ciudadanos franceses en los medios de comunicación, la empresa internacional de estudios de mercado, demuestra la forma abrupta en la que los usuarios han dejado de confiar en medios tradicionales de comunicación como la radio, la televisión, la prensa escrita y los medios de comunicación por Internet desde 2015 (2018). Este retroceso que también podrían encontrarse en muchos otros países, asimila sus razones al factor antes mencionado, «noticias falsas», y que se alimenta por las redes sociales, convirtiéndose cada vez en algo mayor.

La tecnología ha surgido como un sustituto para diferentes productos del mercado; y los medios de comunicación tradicional no son la excepción, de hecho, según varias investigaciones mencionadas a lo largo del documento, las redes sociales y el internet han pasado a ser la primera fuente de información, en especial para los jóvenes, quienes consumen alrededor de 9 horas diarias en redes sociales según un informe de RCN (SuperTrending, 2021). Así mismo,

un estudio de la Universidad de Stanford muestra que jóvenes “absorben las noticias de las redes sociales sin tomar en cuenta la fuente de esas informaciones” (Shellenbarger, 2016). Esta investigación concluye que son las edades de entre 12 y 15 años las más consumistas de fake news por falta de criterio para verificar con otros medios la información que consumen en algunas fuentes, y en parte esto se debe a que no logran diferenciar si una noticia o fuente es o no confiable. La investigación también reporta que la mayoría de estos jóvenes, “juzgan la credibilidad de la información de un Tweet, a partir de los detalles que contiene o por el tamaño de la foto, más que por la fuente” (Shellenbarger, 2016).

La falta de regulación de información en redes sociales alertó a los equipos de trabajo de Facebook, Twitter y Google, según una fuente noticiosa, los departamentos de seguridad digital de las empresas mencionadas hicieron frente a la alta demanda de fake news e iniciaron planes para frenar la propagación de este tipo de sitios que publican notas falsas. Esta información recalca en la investigación el punto de las redes sociales como un espacio interactivo de participación que se caracteriza por la permisividad.

“El fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, dijo que su red social “toma con seriedad el problema de la desinformación” y crearon una herramienta para que sus usuarios puedan reportar este tipo de contenido. Sin embargo, el propio Zuckerberg explica que se trata de un problema complejo, porque la esencia de Facebook es, precisamente, el compartir toda la información que sus usuarios quieran y tampoco quieren ser catalogados como árbitros de la verdad.” (Actualidad, 2017).

Por su parte, los criterios son una característica personal que debe ser forjada, la desinformación será un factor constante, que, por más campañas o restricciones que tengan las redes sociales, siempre van a estar presentes de alguna forma, no es una novedad; sin embargo, su consumo si puede disminuir a través de la concientización y educación digital que pueda brindársele a los estudiantes y jóvenes, y aun a las personas adultas. Igualmente, no solo es el área personal o social que se encuentra altamente comprometido y expuesto a la desinformación, sino la profesionalidad de algunas ramas, entre estas, el periodismo. Según Marián Alonso González,

“las nociones de verdad y mentira como valores del Periodismo se están viendo afectadas a consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías, ya que establecen la instantaneidad como

ritmo normal de la información y cualifican el rumor y las noticias no verificadas como un valor lógico de la misma” (Alonso , 2019).

En otras palabras, las plataformas en línea y otros servicios de Internet conducen a engañar deliberadamente a través de la difusión de noticias con falta de rigor y credibilidad, ya sea por parte de medios de plataformas informativas en las redes o usuarios comunes, pero cual sea la fuente de la información, los usuarios siempre serán los perjudicados. Por otra parte, y en coherencia con la problemática de la creciente difusión de información falsa a través de redes sociales, se referencia otra investigación realizada por estudiantes de comunicación social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Corozal, en Colombia, en el departamento de Sucre, quienes presentan un diagnóstico de experiencias de consumo de información no veraz en Facebook por parte de estudiantes de su institución.

“su investigación estuvo orientada a proponer bases para una estrategia comunicativa enfocada en contrarrestar la desinformación y su incidencia en la formación de opinión. La investigación se efectuó con 52 estudiantes de la UNAD y cuatro comunicadores sociales, se adelantó bajo el paradigma crítico-social y fue abordada desde un enfoque mixto, en el que se integraron métodos cualitativos y cuantitativos para generar un entendimiento amplio sobre la realidad de la difusión y consumo de información falsa en Facebook. Los resultados de la investigación indican que la desinformación desencadenada por las crecientes dinámicas de consumo de Fake News y demás contenidos digitales manipulados, tendientes en su mayoría al tema político, constituye una preocupación alta dentro la población estudiada, y realza la necesidad de estructurar y emprender, con prontitud, medidas de educación mediática y sentido cívico para abordar el problema.” (Vásquez Perez, 2020).

Finalmente, esta última referencia de investigación fue la más similar a la investigación en mención sobre el uso de redes sociales como fuente de información de los estudiantes de FACS en CORPOSUCRE, sin embargo, no se cohibe la posibilidad de encontrar otras investigaciones afines que puedan aportar a la presente.

5 Marco teórico

La propuesta de una investigación sobre el uso de las redes sociales como fuente de información de los estudiantes, se basa en diferentes teorías expuestas por autores que orientarán a la conceptualización e importancia de la temática trabajada. Dentro de estas teorías está la teoría de las redes sociales por Carlos Lozares en complemento con otros autores. Este autor propone:

“La teoría de redes sociales constituye un buen ejemplo de un tipo de aproximación en que teoría, aparato conceptual, métodos y técnicas de investigación han estado mutuamente sostenidos y generados. La perspectiva innovadora que aporta esta teoría es la relacional dentro de una vocación claramente estructural, es decir, aquella en que los vínculos o las relaciones entre entidades son unidades básicas de recogida de información y del análisis” (Lozares, 2013).

En esta se expone que las redes sociales son, básicamente, un conjunto de datos e información que permite que sus usuarios se conecten entre sí a través de datos en común; un ejemplo claro sería los subgrupos dentro de estas redes sociales, ya sean de interés político, religioso, cultural, entre otros. Del mismo modo, Felix Requena, confirma lo anterior dicho, y apunta que “la teoría de redes sociales se centra en una visión de la estructura social como conjunto de vínculos que unen tanto a miembros individuales como a colectivos de la sociedad” (2012). Esta teoría de redes sociales es necesaria dentro de la investigación para entender el comportamiento de los estudiantes dentro de estas mismas y ubicar la investigación en una base teórica que se fundamente desde lo más básico, hasta la complejidad de los términos. Teniendo claro con esta teoría mencionada, la conceptualización de las redes sociales y algunas características; se encuentra otra teoría de aporte a la investigación: la teoría de la información.

En artículo sobre teoría de la información, se mencionan sus autores Claude Shannon y Warren Weaver, quienes en 1940 promulgaron que el mensaje o información debe viajar desde el emisor hacia el destinatario o receptor, con la menor cantidad de ruidos posibles, es decir, sin tergiversaciones en el camino, por lo que esta responde a necesidades técnicas de comunicación y/o difusión de la información o mensaje. Los autores mencionados centraron su teoría en investigar y medir la información, además de valorar los sistemas de comunicación que existen para transmitir de forma óptima esos datos informativos. (2021) Agregando a la teoría de la información, esta contaba con elementos esenciales que la componen, son: fuente de información,

mensaje, código, información, ruido, receptor y canal. Cabe resaltar que esta teoría también es conocida como la teoría matemática de la comunicación o información.

Por otra parte, inversamente la Teoría de la Desinformación propone que el mensaje o información llegue con el mayor ruido posible y se usa para confundir a las audiencias, en general es malintencionada especialmente por perfiles dentro de las redes sociales creados con el fin de manchar el nombre de alguna persona o ente. Esta última teoría puede presentarse en los casos en que cada palabra es una metáfora y el que la escucha la interpreta según una serie de condicionamientos personales, por lo que en esta teoría no se es responsable de cómo llega el mensaje o como se interpreta, por el contrario, la intención es que llegue de la forma más tergiversada posible. En la última temporada de elecciones locales, en Sincelejo un medio de comunicación muy conocido publicó un artículo de un periódico de hace muchos años sobre una noticia en la que presuntamente uno de los actuales candidatos había participado en el secuestro de un menor, no se afirma que es desinformación, pero las intenciones de la publicaciones fueron según los espectadores, evidentemente malintencionadas, y este es solo un ejemplo dentro de la corta brecha que hay de información y desinformación.

“Mientras que la Teoría de la Información es una materia central en carreras como Ingeniería, Comunicación o Sociología, la Teoría de la Desinformación no suele ser materia de estudio académico” (Correa, 2018) Sin embargo, en esta investigación fue necesario entender los dos puntos o las dos teorías para establecer a lo largo del documento que si existe la desinformación intencionada a la que se está expuesto cada usuario de las redes sociales. Correa también menciona que, La Teoría de la Desinformación tiene defecto básico de raíz, y es que se fundamenta en el ruido y termina ocasionando una situación de sensación incomoda. Si bien, el ruido en la comunicación es un elemento al que todos los usuarios se encuentran inmersos. En general los procesos de desinformación conducen a la audiencia a una falsa realidad, en la que solo es visible lo que el emisor dicta. Cabe resaltar que el ruido, como elemento característico de esta teoría, jamás será eliminado del todo, y tiene diversos orígenes, donde solo algunos son intencionales y otros por defecto. Lo cierto es que esa contaminación en la información complica la relación de los medios de comunicación con sus usuarios. A todo esto, se entiende que la desinformación es un problema de comunicación, por lo tanto, no es un tema para los ingenieros, sino más bien, un reto para los comunicadores, en el que se juega: Cómo será el intercambio de

información entre medios y usuarios; Cómo reducir el ruido en esa comunicación; entre otros aspectos. Se dice acerca del origen de esta teoría, que:

“La práctica de la desinformación ha quedado vinculada a la Guerra Fría, periodo en el que tanto Estados Unidos como la Unión Soviética crearon organismos especializados en utilizar la información como arma de guerra. Sin embargo, este término ha traspasado este contexto histórico, puesto que continuó usándose tras el fin del conflicto entre americanos y soviéticos, habiendo llegado hasta nuestros días con múltiples significaciones que han difuminado sus límites conceptuales.” (Rodríguez Andres, 2018)

Existen miles de recursos en línea, mensajes sin respuesta, videos e imágenes sin autor y hasta opiniones en redes sociales que pretenden ser hechos reales para convertirse en noticia. Sin embargo, el fenómeno de la información falsa o las fake news nunca fue desconocido en el mundo de la educación, por lo que algunos estudiantes aún no cuentan con las herramientas suficientes para enfrentar esta turbulenta de “realidad artificial” que genera nuevos impulsos con el advenimiento de las pandemias y las teorías de la conspiración. Lo anterior se puede inferir del último módulo temático del informe PISA publicado por la OCDE, que asegura que más de la mitad de los estudiantes españoles (54%) no han recibido formación en la identificación de sesgos, contenidos subjetivos o parte del contenido en su centro (Caixa, 2021).

Por su parte, el surgimiento y la rápida expansión de los medios de procesamiento de información y el amplio mercado que lo permite (Computadoras e Internet) ha remplazado paulatinamente los medios tradicionales y eso constituyen uno de los cambios tecnológicos más significativos de nuestro tiempo. El impacto de estos equipos tecnológicos en las más diversas actividades humanas es innegable, pero la importancia de la globalización tiende a volverse absoluta, y se la considera como la precursora de una nueva era en la historia de la humanidad, algo que algunos describen sin dudar, como la nueva era de la información o era digital.

Para cerrar este fragmento de teorías se reitera el manejo de las tres teorías mencionadas en esta investigación: Teoría de las Redes Sociales, Teoría de la Información y Teoría de la desinformación; todas como conjunto integral para desarrollar este proceso que busca estudiar el comportamiento de un grupo de jóvenes estudiantes y su posición frente a los diferentes tipos de contenido que puedan encontrar en las plataformas digitales.

Otra teoría que resuena en el tema de las redes sociales y la desinformación, es la Teoría de las conspiraciones, de la que se dice:

“Las teorías de la conspiración pueden ser definidas como la fabricación de una mentira cuya lógica depende de la duda sobre elementos de la realidad. Como la realidad es compleja, cualquier detalle –un discurso incompleto, un dato corregido, un asunto desatendido– puede gatillar una especulación que dé pie a una falsedad nueva. Se dice que es una “teoría” porque consiste en una urdiembre de premisas, algunas de las cuales pueden ser ciertas, que permiten proyectar conjeturas con algún grado de verosimilitud. Son “conspirativas” porque detrás debe tener un gran culpable cuyo objetivo es la dominación de otros (un grupo específico, una nación, la humanidad).”

(Olivares, 2021)

De lo anterior, se deduce que las teorías de conspiraciones son respuestas intencionalmente creadas para un tema en particular, caracterizadas por ser en su mayoría una mentira conveniente y manipular a los usuarios que carecen de criterios de indagación. Como lo menciona Eduardo Olivares en su columna, “Pueden ser atractivas, cómodas y en ocasiones tan adictivas que las personas llegan a necesitarlas para darles sentido a sus propias preferencias” (Olivares, 2021).

6 metodología

Según un Autor “la metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el “cómo” se realizará el estudio para responder al problema planteado.” (Arias, 2006) En otras palabras, dentro del apartado del marco metodológico se especificará todo el procedimiento a realizar, y posteriormente su análisis.

6.1 Diseño de la investigación

La investigación tiene como objeto determinar el uso de las redes sociales, y estas como fuente de información de los estudiantes, en este sentido, se recurrió a un diseño empírico o no experimental que se aplicará de manera transversal, teniendo en cuenta que el tema a investigar cuenta con suficientes bases teóricas. Y se procedió a realizar una investigación de tipo descriptivo que permita el análisis del comportamiento de los estudiantes en las redes sociales y su forma de extraer información en esta misma.

Según diversos autores, la investigación no experimental es aquella que se efectúa sin la manipulación intencionada de variables, lo que aquí se realiza es la observación de fenómenos en su ambiente natural. En otras palabras, la investigación empírica o como antes se mencionó, investigación no experimental, es el estudio de hechos sin manipulación. Por otro lado, unos autores definen el diseño de investigación transversal “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernandez & Fernandez, 2003).

Por su parte, Según Fidias, la investigación descriptiva se enfoca en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Este tipo de investigación tiene como objeto observar y cuantificar las características de forma autónoma del grupo estudiado, en este caso, los estudiantes de FACS de la Institución Antonio José de Sucre. (Arias, 2006)

6.2 Enfoque de la investigación

El presente trabajo será diseñado bajo el planteamiento metodológico del enfoque cuantitativo, puesto que este es el que mejor se adapta a las características y necesidades de la investigación.

La metodología cuantitativa, de acuerdo con Tamayo (2004), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Del enfoque mencionado se tomará la encuesta como técnica para recolección de datos que conciernen al uso de las redes sociales como información que dan los estudiantes de FACS en la Institución Antonio José de Sucre.

6.2.1 Población

La población se define Según Rubin, Levin y Samaniego, en el de Estadísticas para Administradores como “un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones” (1996).

Para la presente investigación la población estará conformada por los estudiantes de FACS de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre. Los programas académicos pertenecientes son:

Psicología: 1142

Derecho: 1253

Comunicación social: 128

Para un total de 2.553 Estudiantes

6.2.2 Muestra y Muestreo

La muestra es un subconjunto que representa a la población a estudiar. Según Hernández, la muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. (Fernandez Collado, Hernandez Sampieri, & Pilar Baptista, 2008)

En la investigación presente se utilizará un muestreo no probabilístico, es decir, de acuerdo con autores “se toman los casos o unidades que estén disponibles en un momento dado” (Canales, Alvarado, & Pineda, 1994), ya que se solicitará a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Institución que realicen la encuesta para formar parte del estudio, pero estos son

quienes deciden participar o no, de esta forma, la muestra se conformará por quienes acepten ser parte de la investigación.

6.3 Instrumentos

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaran en el siguiente proyecto de investigación será la Encuesta. Se dice que, “La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz”. (Anguita, Labrador, & Campos, 2003). Por lo que es una herramienta indispensable en la investigación. Para profundizar un poco, se exponen algunas definiciones interesantes que los autores han atribuido al concepto de encuesta.

- Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente (2004).
- Para Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo. (2002)
- Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Además, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica (2004).
- Para Trespacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (2005)

6.3.1 Instrumentos de Recolección de Datos.

El instrumento es un cuestionario adaptado de una encuesta realizada por estudiantes de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Durango (UAD), Campus Zacatecas, con la finalidad de registrar hábitos de los usuarios de las redes sociales. El cuestionario fue anónimo, y la información fue utilizada con fines

académicos. Para esta investigación, la adaptación del cuestionario ya mencionado contará con una serie de preguntas cerradas, que nos permitirá caracterizar a los estudiantes y conocer a profundidad, el manejo que le están dando estos a la información que encuentran en las redes sociales, y cómo esta influye en su formación académica y profesional.

“El cuestionario es un sistema de preguntas ordenadas con coherencia, con sentido lógico y psicológico, expresado con lenguaje sencillo y claro. Permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias. Está definido por los temas que aborda la encuesta. Logra coincidencia en calidad y cantidad de la información recabada. Tiene un modelo uniforme que favorece la contabilidad y la comprobación. Es el instrumento que vincula el planteamiento del problema con las respuestas que se obtienen de la muestra. El tipo y características del cuestionario se determinan a partir de las necesidades de la investigación.” (García, 2002)

Después de realizado el cuestionario, se hará una recolección de estos datos, los cuales serán sumados para obtener el resultado con mayor número de votos, que posteriormente serán graficados para ver el resultado final.

6.4 Técnicas de Procesamiento de Datos

La técnica que se utilizará en el procesamiento de los datos será la estadística descriptiva, que es “la rama de la estadística que formula recomendaciones de cómo resumir, de forma clara y sencilla, los datos de una investigación en cuadros, tablas, figuras o gráficos” (Rendón Macías, 2016)

Para llevar a cabo la tabulación de los datos que se obtendrán por el cuestionario que se aplicará a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José De Sucre, se estará utilizando la herramienta de Google Drive: “Google Form”, donde seguidamente serán tabulados las respuestas a través del programa Microsoft office Excel.

A continuación, se anexa cuadro de relación objetivo – pregunta:

Objetivo General		
<p>Determinar el uso de las redes sociales como fuente de información de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.</p>		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS - INDICADORES	PREGUNTAS	OPCIÓN DE RESPUESTAS
<p>Caracterizar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.</p>	<i>¿A qué género pertenecen?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino • Prefiero no decir
	<i>¿Entre qué rango está tu edad?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 16-19 años • 20-23 años • 24-26 años • 27 o más años
	<i>¿A qué programa de FACS perteneces?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Psicología • Derecho • No pertenezco a FACS
	<i>Jornada académica</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Diurna • Nocturna

Identificar las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, como fuente de información.	<i>¿Qué tipo de medio de comunicación utilizas principalmente para informarte?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Revistas • Páginas Web • Redes Sociales
	<i>¿Cuánto tiempo al día dedicas a las redes sociales?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 1 hora • De 1 a 3 horas • De 4 a 6 horas • De 7 a 8 horas • Más de 8 horas
	<i>¿En qué horario utilizas con más frecuencia las redes sociales?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mañana • Tarde • Noche
Establecer el uso que le dan a la información de redes sociales los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.	<i>¿Qué tanto te interesa estar informado de lo que ocurre en tu entorno?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nada informado • Muy Informado
	<i>¿Empleas estas redes sociales como fuente de información?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • Twitter • WhatsApp <p>* Cada una de estas cuenta con una opción de frecuencia *</p>
	<i>¿Qué tanto confías en la información que difunden estas redes sociales?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • Twitter

		<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp <p>* Cada una de esta cuenta con una opción de cantidad</p> <p>*</p>
	<i>¿Qué tipo de contenidos publicas con mayor frecuencia en tu perfil de Facebook?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos mías, con amigos o familias • Memes o entretenimiento • Contenido noticioso o informativo
	<i>¿Con qué frecuencia compartes noticias informativas en tu perfil de Facebook?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Muy frecuentemente • Ocasionalmente • Nunca
	<i>Habitualmente cuando ves noticias que circulan en Facebook, ¿Qué es lo que haces?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lees solo el encabezado de la noticia, la fotografía o el video • Lees todo el contenido • Lees todo el contenido y verificas la información en otros medios
	<i>La información que consumes en Facebook, ¿con qué frecuencia la verificas en otros medios de comunicación?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • A veces • Nunca

Analizar el impacto que causa el flujo de información de redes sociales en la vida académica y personal de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.	<i>¿Crees que la publicación de noticias falsas en Facebook repercute en tu vida diaria?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
	<i>¿Crees que la publicación de noticias falsas en Facebook repercute en tu vida académica - profesional?</i>	
	<i>¿Consideras que las noticias falsas que circulan en Facebook deben ser reguladas?</i>	

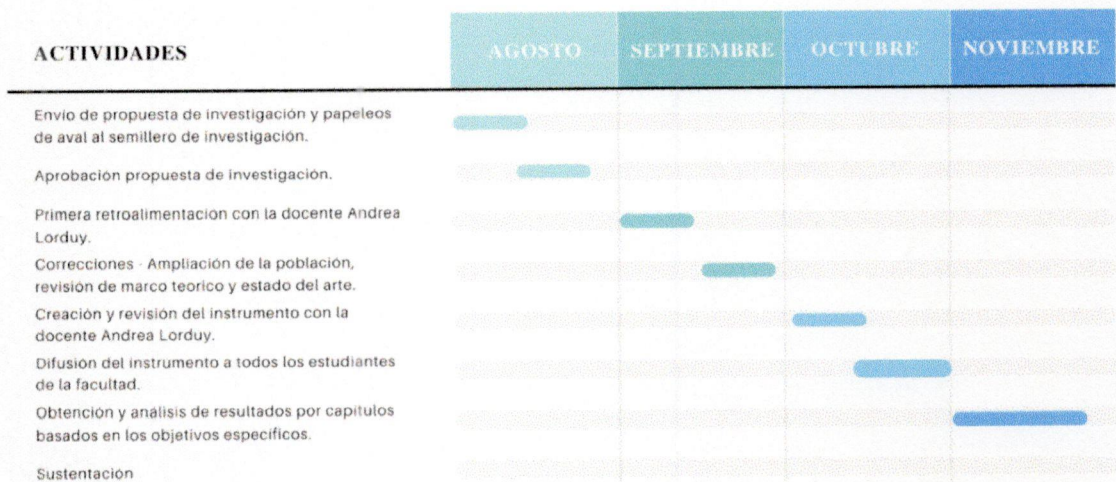
6.5 Cronograma y Presupuesto

En cuanto concierne a los gastos incluidos en el proyecto, sería:

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
0	-	\$0	\$0

Por otro lado, adjuntamos el cronograma que contiene las áreas trabajadas mensualmente:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



Cronograma de investigación

7 resultados

Capítulo I - Del objetivo específico I: Caracterizar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre

Según investigadores de una universidad colombiana:

“La caracterización en general consiste en un tipo de estudio de índole esencialmente descriptiva, la cual puede recurrir a la consecución de datos cuantitativos y cualitativos con el objeto de aproximarse al conocimiento y comprensión de las estructuras, características, dinámicas, acontecimientos y experiencias asociadas a un objeto de interés” (Sanchez, 2010).

De esta forma, se entiende como definición de caracterización, la obtención de datos informativos generales o particulares que permiten conocer, identificar y clasificar al grupo estudiado o seleccionado, en este caso, los estudiantes de la Facultad de Ciencias sociales - FACS.

La importancia de la caracterización en el proyecto “Uso de Redes Sociales - RRSS Como Fuente de Información de los estudiantes de FACS en la Corporación universitaria Antonio José de Sucre - CORPOSUCRE”, parte del interés de los investigadores por conocer en detalle las particularidades del grupo estudiado, es decir, características generales y particulares, desde la perspectiva que es conveniente para la investigación, es decir, el área académica. La presente investigación se inicia con una caracterización de la población, de tal forma que se pueda identificar y clasificar la muestra y de esta manera analizar el comportamiento de la población. Del primer objetivo específico de la investigación “Caracterizar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.” se ha considerado clasificar a los estudiantes por género, edad, programa académico y jornada académica, así, se logra conocer que el 72,5% de los encuestados se identifican con el género femenino, y el 27,5% con el género masculino, de estos, el mayor rango de edad encuestado es de entre 20 y 23 años de edad en un 55% y entre 16 y 19 años de edad un 33,8% de la muestra (gráficos 1 y 2).

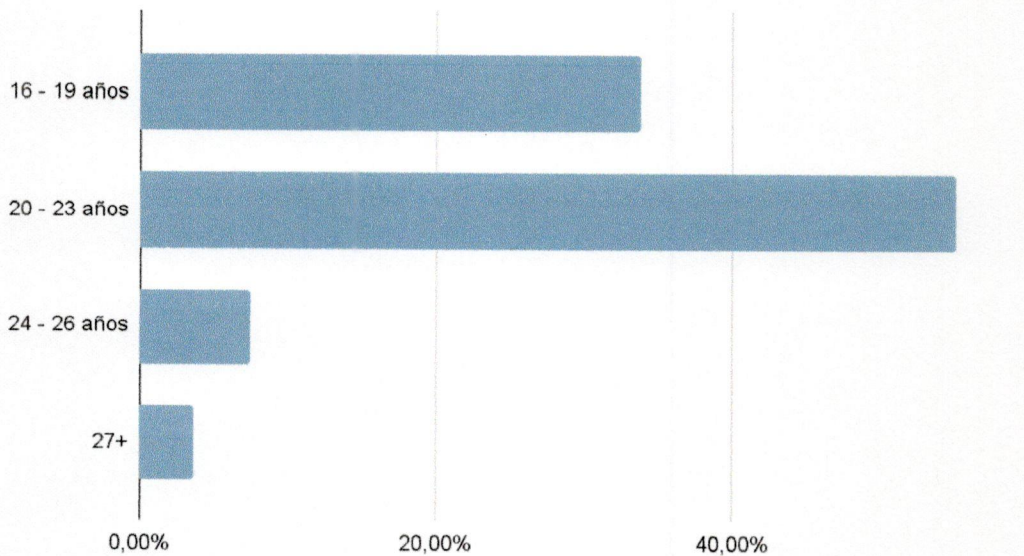


Gráfico 1 - Rango de edades / Encuesta Uso de Redes Sociales como fuente de información

Aunque según la previsión del Ministerio de educación Nacional de la República de Colombia, el rango de edad matriculado en educación superior es de 17 a 21 años (2008), la encuesta en función demuestra que en su mayoría los matriculados rodean los 20 a 23 años. Así mismo, en una investigación realizada por una universidad en Bolivia, connota una característica de las universidades de Bolivia y es que la población de estudiantes universitarios se encuentre comprendida entre estos rangos de edades entre 21 y 25 años.

Aportando a nuestra investigación, los encuestados son muy favorecidos, ya que son las edades más consumista de las redes sociales; lo anterior basado en el estudio Digital 2021 Global Digital Overview realizado por las empresas We are Social y Hootsuite, quienes demuestran que la audiencias más grandes en las redes sociales están entre 25 y 34 años, y la segunda en importancia es entre 18 y 24 años, es decir, las edades que más respondieron la encuesta de uso de redes sociales como fuente de información. (Kemp, 2021)

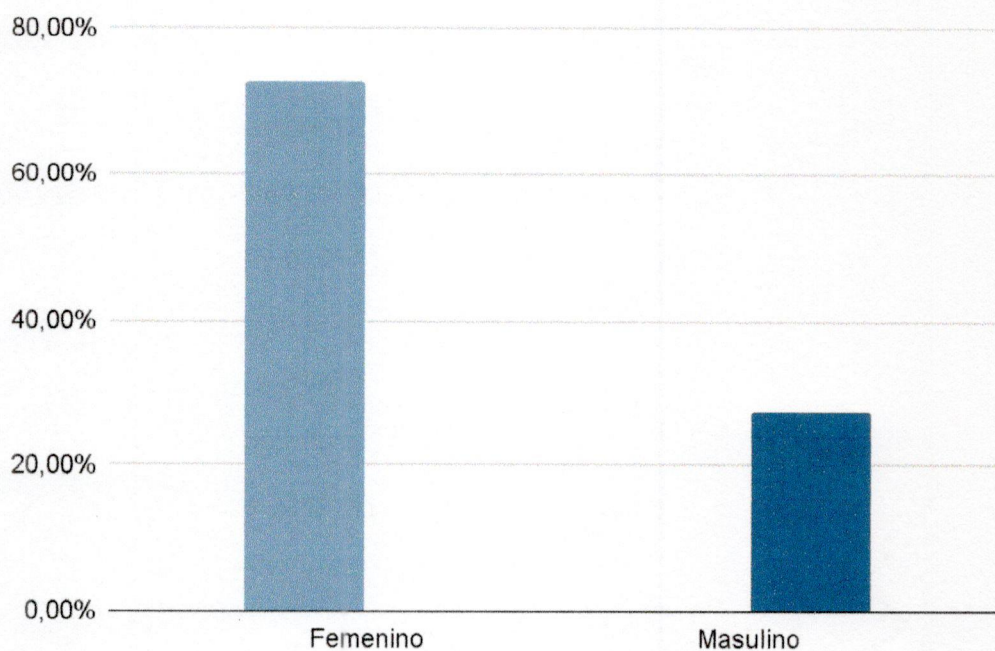


Gráfico 2 - Género / Encuesta Uso de Redes Sociales como fuente de información

De los resultados anteriores y según la UNESCO (2012) el índice de paridad de género (IPG) en la matrícula de educación terciaria a nivel mundial, arroja resultado favorable para el género femenino en cuanto a su participación en instituciones de educación superior, en los que se considera que hay más mujeres entre los estudiantes de educación superior en la mayoría de los países; confirmando lo anteriormente dicho, en la encuesta realizada nota la participación femenina en la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre por encima de un 60%. En la misma línea, partiendo de la identificación de datos generales de los encuestados (género y edad), se pasa a unos datos particulares que permitieron conocer el programa de la facultad al que pertenecen y la jornada académica, estos cuatro datos se consideraron necesario para conocer la muestra y los resultados arrojaron que, el 42,5% de los encuestados pertenecen al programa de psicología, el 28,7% al programa de derecho y el 26,3 a la carrera de comunicación; y de ellos el 92,5% se encuentra matriculado en la jornada diurna de la corporación (gráficos 3y4).

CORPOSUCRE es una de las instituciones de educación superior en la ciudad que ofrece doble jornada de estudio para brindar mayor flexibilidad a los cursantes, la jornada diurna se desarrolla entre las 6:45 A.M. - 6:00 P.M. y la jornada nocturna entre las 6:15 P.M. - 10:00 P.M. Basados en la encuesta realizada, más del 90% de los estudiantes pertenece a la jornada diurna, dado que es la más habitual por su gran oferta en cualquier universidad y carrera. además, los estudiantes de jornada diurna suelen tener más espacio para tiempo libre y menos compromisos laborales, por lo que la posibilidad de que ocupen ese espacio con el uso de redes sociales es alta, a diferencia de los estudiantes de jornada nocturna, quienes, en su mayoría, laboran durante el día y su tiempo es limitado.

Para concluir, después de haber cumplido el primer objetivo específico de la investigación, es decir, luego de caracterizar o conocer y clasificar a los encuestados, se procede a profundizar en el tema investigado, inclinando la encuesta a la información que los estudiantes pueden encontrar en redes sociales. Sin embargo, se retoma y resalta que las primeras cuatro preguntas de la encuesta fueron diseñadas con el fin de caracterizar la población estudiada, es decir, con ella se buscaba saber quiénes estaban respondiendo la encuesta. De esta forma, la muestra fue en su mayoría mujeres con un rango de edad de entre 20 y 23 años. Así mismo, los estudiantes que respondieron las preguntas fueron en su mayoría de los programas de psicología y derecho de la jornada diurna. Finalmente, para la investigación los encuestados serían el prototipo de estudiantes que pasa un tiempo considerable en redes sociales y son más propensos a la información que se puede encontrar en ellas, convirtiéndolos en candidatos ideales para determinar el uso que se le da a la información en RRSS.

Capítulo II - Del objetivo específico II: Identificar las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, como fuente de información

Las redes sociales han sido conceptualizadas como espacios que permiten la interacción entre los usuarios en línea, y cuyo propósito principal es facilitar el intercambio de información y fomentar la discusión colectiva entre un grupo de contactos interconectados (Forteza Oliver, 2012). En la última década, gracias al amplio mercado de la tecnología se masificó e incrementó el uso de redes sociales en plataformas sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram. Esta masificación en Latinoamérica durante la última década, ha sido la mano de los teléfonos móviles y de las RRSS, acoplándose de manera subordinada, a la nueva ola de tecnología que empezaría a cubrir el mundo.

Según un estudio de la CEPAL, en el año 2015, el 78,4% de los usuarios de internet latinoamericanos participaban en las redes sociales, porcentaje muy superior al de América del Norte (64,6%) y el de Europa (54,5%), territorios donde existe una implantación mayor de internet. Entre las redes más utilizadas en América Latina, en 2014, se situaba en primer lugar Facebook (144.900.000 millones de visitantes), seguida de LinkedIn (34.700.000), Twitter (29.153.000) y Taringa (27.600.000). Posicionándose entonces, México, Argentina, Perú, Chile y Colombia dentro de los diez países del mundo con mayor porcentaje de usuarios de las redes sociales. (2016)

Actualmente, en Colombia hay 34,73 millones de usuarios en Internet, cabe mencionar que la llegada del virus Covid-19 y todas sus consecuencias, entre ellas, el aislamiento, influenciaron en la migración de nuevos usuarios a estas plataformas de interacción social, aumentando sus cifras con 1,3 millones de usuarios nuevos en la internet, así lo refleja una publicación que habla sobre las estadísticas de la situación digital de Colombia (Alvino, 2021). Con lo anterior se demuestra el alto consumo al internet y las redes sociales en el país, durante confinamiento y la incertidumbre que hubo al inicio de la pandemia. En cuanto a la participación de los colombianos en redes sociales, estas mismas estadísticas arrojan que existen alrededor de 39 millones de usuarios activos en medios sociales; la cantidad de usuarios se incrementó un 11,4 % en medio de la pandemia, lo que representa a 4 millones de perfiles o cuentas nuevas, uno de los interrogantes en cuestión sería: ¿cuánto tiempo invierten esas personas en redes sociales?

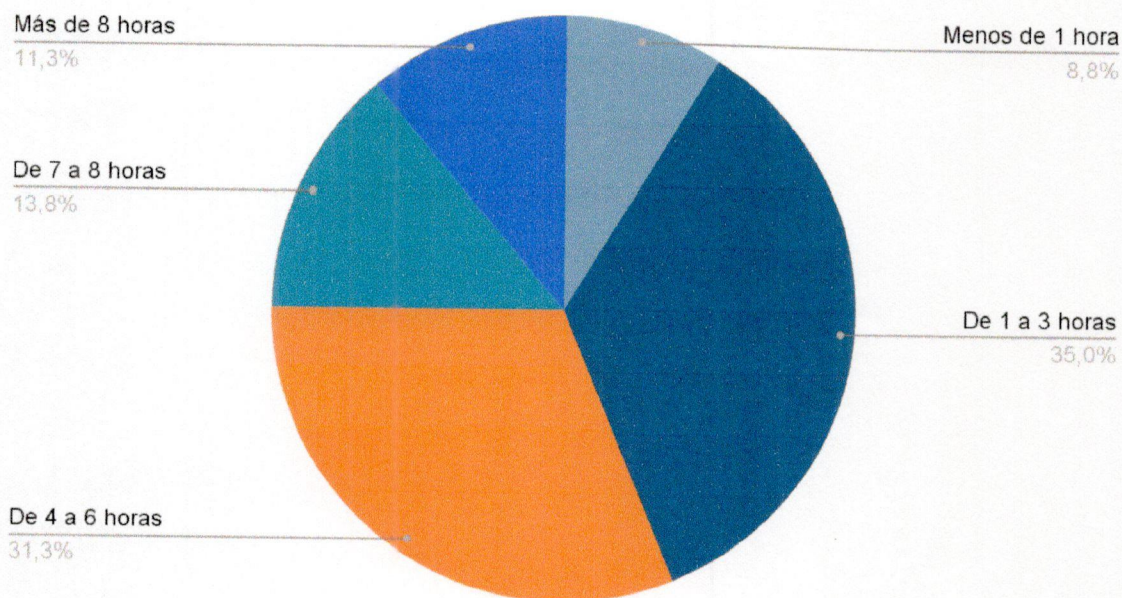


Gráfico 5 - Tiempo en RRSS / Encuesta Uso de Redes Sociales como fuente de información

Según el medio de comunicación RCN, aunque las redes sociales vienen teniendo una fuerte presencia, fue hasta el 2020, que los números alcanzaron reportes históricos gracias a la pandemia de la Covid-19. Se estima que los adolescentes pueden pasar hasta 9 horas diarias en línea, de las cuales al menos el 30% es destinado para interacciones en redes sociales (SuperTrending, 2021). Tal como se evidencia en la gráfica, los estudiantes de la facultad promedian entre 1 y 6 horas en RRSS.

La adicción a las redes sociales se ha convertido en algo normal entre los jóvenes debido a las distracciones que pueden encontrar en ellas; Andreassen (2015) señala que, la adicción a las redes sociales puede conllevar a cuatro clases de consecuencias desfavorables que son: problemas emocionales, problemas en las relaciones, problemas de rendimiento y problemas de salud. Varios de los estudios citados por Griffiths y otros autores (2014) informan, además, sobre diferentes efectos negativos del uso excesivo de las redes: disfunción en las actividades realizadas durante el día como resultado de la privación del sueño, disminución del rendimiento académico y deterioro de las relaciones con los familiares o con la pareja. Otras consecuencias mencionadas por los autores, son la procrastinación, distracción y un pobre manejo del tiempo (Griffiths, Kuss,

& Demetrovics, 2014). Lo anterior indica una interferencia con actividades necesarias en la vida de las personas, siendo un riesgo de adicción.

En complemento, Griffiths, Kuss y Demetrovics (2014) los resultados de diferentes estudios sobre factores incidentes en el uso desmedido de las plataformas sociales, apuntan a que, la frecuencia de uso de estas herramientas depende de la facilidad que tienen los usuarios a su acceso, sin embargo, esto también ha generado en los internautas menores preocupaciones respecto de la privacidad; además, los autores asumen que, la cantidad de tiempo puede ser influida por factores como el uso de la red social como una manera de escape y la cantidad de experiencia previa con internet. En otros estudios se observa que la frecuencia y cantidad de tiempo dedicado a las redes sociales se correlaciona con el sentimiento de soledad. Posibilidades como las de tener conversaciones on line y hacer muchos amigos predicen la adicción a las redes sociales.

Por otra parte, cabe resaltar también que, por resultado de la encuesta, se evidencia un uso de las redes sociales en horarios nocturnos, connotando que se debe al espacio libre que tiene el 92,5% de los encuestados que son lo que pertenecen a la jornada diurna, es decir, podría afirmarse que el horario más utilizado en redes sociales se debe a que los estudiantes se dedican a sus labores académicas durante el día, y al ocio en las noches. (gráfica 6)

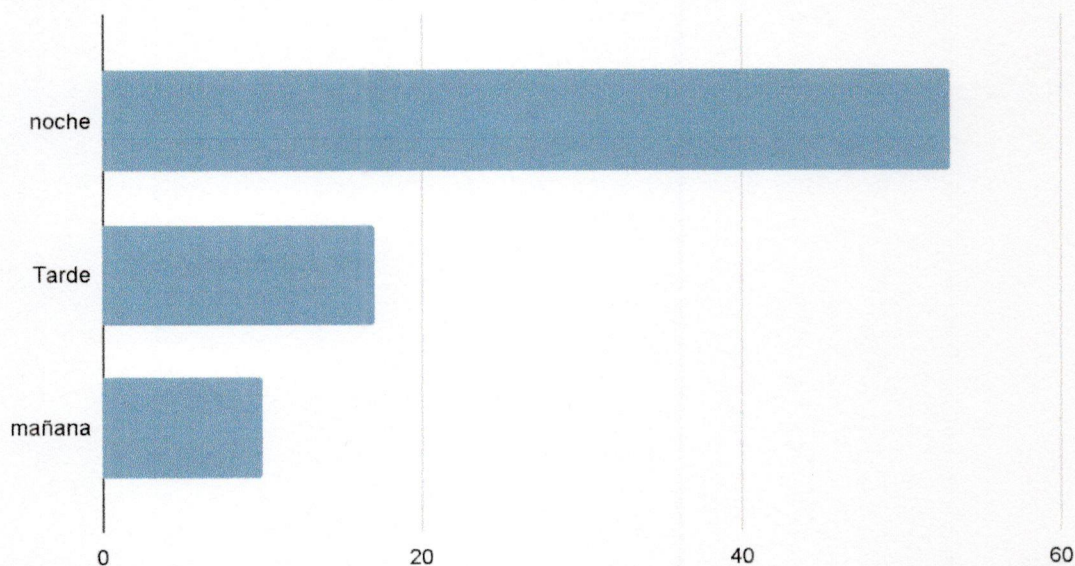


Gráfico 6 - Horario frecuente en RRSS/ Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

De hecho, conocer el horario en que más se presenta tráfico de usuarios en las redes, ha funcionado como estrategias para las empresas y páginas de contenidos, con el fin de elaborar planes para los posts que establezcan horarios puntuales de publicación, estos horarios son escogidos basados en las horas con más usuarios en la red; a todo esto, se ha denominado también algoritmo al “incentivo para las buenas prácticas de segmentación de público objetivo y creación de campañas y contenidos relevantes, esenciales para la garantía de buenos resultados con el Marketing Digital.” (Russo, 2020)

Por otro lado, respondiendo al tercer objetivo de la investigación, se determina que, la red social más confiable como fuente de información es WhatsApp, siguiendo Facebook, Instagram y por último Twitter, basado en los resultados de la encuesta realizada. (gráfico 7)

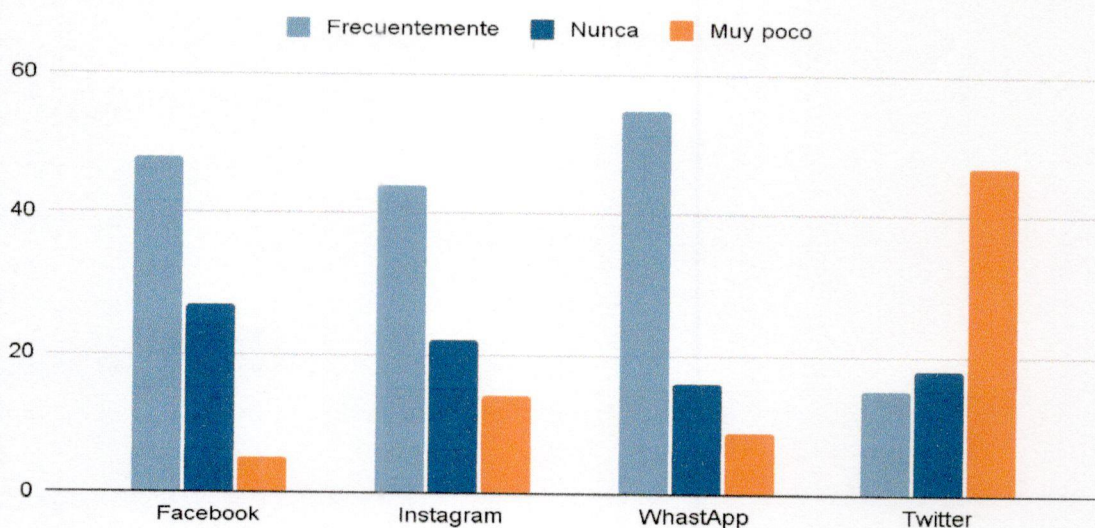


Gráfico 7 - Uso de red social como fuente de información/ Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

Consecuentemente, una encuesta realizada por We are Social y Hootsuite arroja que YouTube es la plataforma más usada (95,7%) por los internautas colombianos activos en redes sociales que tienen entre 16 y 64 años, seguida de Facebook (93,6%), WhatsApp (90,7%) e Instagram (82,0%) (Kemp, 2021). Por consiguiente, Las estadísticas mencionadas anteriormente sobre la situación actual en Colombia posicionan a Facebook como la segunda red social más usada por los internautas colombianos, confirmando que los estudiantes encuestados para la investigación “Uso

de Redes Sociales Como Fuente de Investigación de los Estudiantes de FACS en CORPOSUCRE” respondieron que las redes sociales que más utilizan son WhatsApp, Facebook y por último Instagram. Sin embargo, no puede pasar desapercibido la alta desinformación que se ha generado en RRSS por causa del acceso ilimitado que tienen los usuarios a compartir y consumir información.

Así pues, el alto consumismo por Facebook y WhatsApp son preocupantes, una investigación académica sobre el comportamiento de los usuarios en Facebook, realizada por las universidades de Nueva York (Estados Unidos) y de Grenoble Alpes (Francia), analizó algunas publicaciones de páginas noticiosas en la red social entre los meses de agosto de 2020 y enero de 2021. Sus conclusiones señalaron que el estudio habría encontrado que las páginas conocidas por publicar informaciones falsas obtuvieron seis veces más aprobación de la audiencia que las noticias de fuentes confiables y oficiales. (Agencia Europa Press, 2021)

Con lo anterior se puede concluir que, no son solos los estudiantes quienes caen en las redes de desinformación de las plataformas digitales, sino que todos son propensos a estar mal informados por causa de la difusión de fake news en dichas plataformas. tan así es que, se dice que quienes se mantienen informados a través de las redes sociales, realmente son los más desinformados, lo anterior fue afirmado por el estudio del Centro de Investigaciones Pew quien descubrió que las personas que usaban redes sociales para estar al día de las noticias, figuraban ser las menos informadas sobre los principales temas de la agenda pública y eran más susceptibles a creer en rumores y engaños. (PEW RESEARCH CENTER, 2018)

El informe de Pew encontró que una cifra aproximada del 18% de las personas encuestados eran consumistas de la información sobre política y elecciones en redes sociales, sin embargo, estas personas eran las más erradas al momento de responder preguntas basadas en hechos sobre política y eventos actuales, a diferencia de quienes se informaban a través de diarios impresos, noticias emitidas por televisión o aplicaciones informativas. Del mismo modo, los usuarios que consumen noticias en las redes sociales estaban informados de historias falsas o no comprobadas sobre el coronavirus y dijeron que habían consumido información errada sobre el virus y la pandemia, como afirmaciones de que la vitamina C podría prevenir el virus, esta información basada en la encuesta misma. Por último, también los mismo encuestados expusieron que Facebook era la red social en la que menos confían por su alta tasa desinformación. (PEW RESEARCH CENTER, 2018)

Sin embargo, diferentes medios informativos han resaltado la labor que han venido realizando estas plataformas sociales para controlar la invasiva publicación de informaciones erróneas, en especial Facebook, empresa en la que el mismo equipo de empleados de Mark Zuckerberg, director ejecutivo de Facebook, consideraron implementar un plan de emergencia en el algoritmo de noticias, buscando determinar lo que más de 2000 millones de personas ven todos los días. La estrategia consistía en hacer énfasis en la importancia de lo que Facebook denomina puntuaciones de “calidad del ecosistema de noticias”, o NEQ (por su sigla en inglés), una clasificación interna secreta que asigna a los medios noticiosos en función de las señales sobre la calidad de su periodismo, con el fin de aminorar la tasa de información de los internautas. (Roose, Isaac, & Frenkel, 2020)

En suma, luego de revisar los resultados de la investigación podría proponerse también una estrategia de sensibilización para los estudiantes, generar espacios de concientización y campañas de instrucción para el manejo de la información encontrada en redes sociales, al igual que la difusión de estas, es decir, que los estudiantes puedan desarrollar criterio para informarse e informar.

Capítulo III - Del objetivo específico III: Establecer el uso que le dan a la información de RRSS los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.

“Las redes sociales son utilizadas por diferentes personas y para diversos fines, tales como las relaciones interpersonales, laborales, académicos y de promoción política entre otras. Incluso las universidades las utilizan para fomentar la gestión del aprendizaje” (Flores Cueto, Morán Corzo, & Rodríguez Vila, 2009) Las RRSS cumplen funciones tanto de comunicación, como de entretenimiento, no obstante, son útiles en parte para el área académica, dado que estas son permisivas para que los propios estudiantes correlacionen en pro de sus deberes educativos que exigen un trabajo colaborativo y en los que se precisa una organización entre los miembros del equipo. Estas plataformas se han instalado para reemplazar, al menos en parte, la necesidad de comunicación presencial o telefónica, que, de paso, era indispensable en tiempos pasados. Partiendo del tercer objetivo de la investigación “uso de redes sociales como fuente de información”, se encuentra que el uso que le dan las personas y sobre todo los estudiantes a las redes sociales es de suma importancia en su vida diaria, cubriendo áreas personales como el desarrollo laboral y/o académico; puntualmente, el tema afecta a los estudiantes, tal como se ha mencionado en capítulos anteriores, ya que en su mayoría son los que dedican una cantidad de horas superior en redes sociales en comparación a otros rangos de edad, sin embargo, el tema en cuestión es más específicamente el uso que le dan a la información que encuentran en estas plataformas, conocer que tanto criterio tienen los estudiantes al momento de encontrar y compartir una noticia en redes sociales. Del mismo modo, al aplicar la encuesta para llegar a establecer cuál es el uso que están dando a la información, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre dieron como resultados los siguientes ítems (gráfico 8):

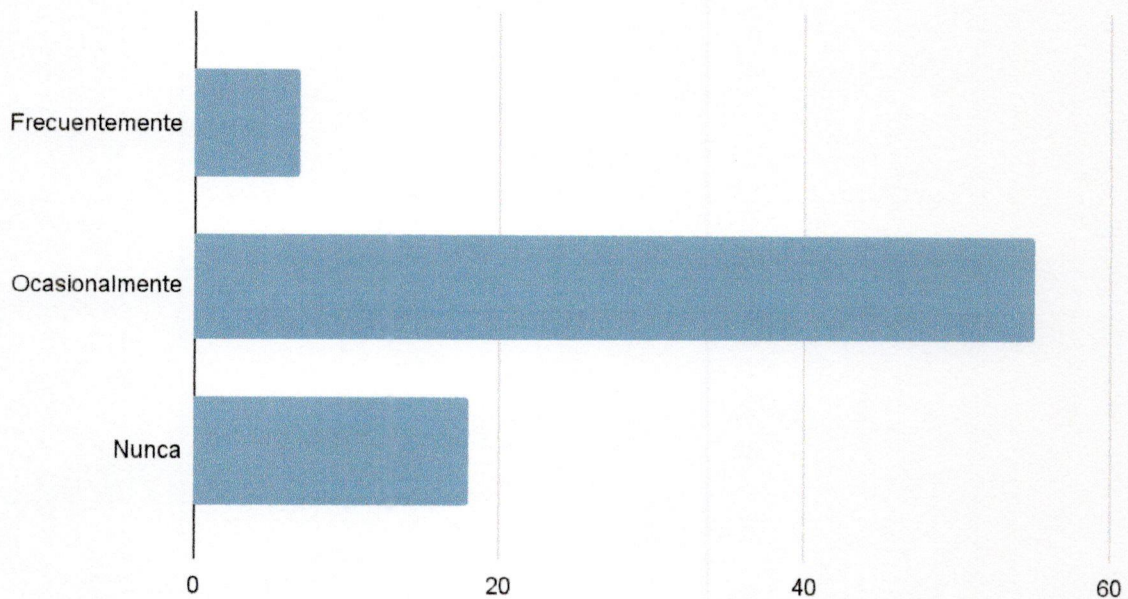


Gráfico 8 - Índice de difusión de información en RRSS / Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

Primeramente sin entrar en detalles, se buscaba saber la frecuencia con la que los jóvenes compartían cualquier tipo de información que consumiera, más adelante, los resultados serían más específicos, mientras, las gráficas evidencian que un 68,8% de los estudiantes encuestados comparte ocasionalmente las informaciones que encuentra en redes sociales, el 22,5% nunca comparte contenido noticioso, y solo un 8,8% demuestra que lo hace frecuentemente; de las cifras podría intuirse qué la cultura de difusión de información verídica o no por parte de los estudiantes de FACS, es media; en parte, podría afirmarse que esto es positivo para la tasa de desinformación, porque los estudiantes no responden a la alta demanda de desinformación encontrada en la redes.

Al mismo tiempo, se encuentra que distintos estudios, entre esos uno realizado por docentes de psicología de la universidad de Harvard (2020), han señalado que las personas que se encuentran en un rango de edad mayor 50 años son las más propensas a compartir información falsa en las plataformas de interacción social y mensajería instantánea. Además, la investigación mencionada expuso tres principales motivos por los que los adultos son los más propensos a difundir informaciones débiles de veracidad:

“[...] 1. deficiencias cognitivas, es decir, ven repetidamente una información, aunque esté acompañada de una advertencia sobre su falta de verdad, la acaban dando por cierta con el tiempo; 2. cambio sociales, algunos mayores no son muy buenos detectando mentiras, especialmente si estas son compartidas por conocidos o gente de una edad similar; 3. falta de conocimiento sobre el mundo digital, es equivocado pensar que los mayores comparten noticias falsas a propósito. El problema principal es la falta de conocimiento del mundo digital y sus complejos algoritmos.” (Brashier & Schacter, 2020)

Sumado a esto, diferentes docentes de universidades reconocidas, iniciaron un estudio aplicado a jóvenes usuarios de redes sociales en algunos países de África, los resultados fueron publicados por la revista *International Journal of Communication*, señalando que el foco del estudio comparte desinformación profusamente, y que en algunos casos lo hacen con el conocimiento de que se trata de información no verídica. La investigación tenía como principal objetivo identificar las razones por las que estos jóvenes difundían información falsa con sus amigos en las redes sociales, a pesar de que pertenecían a un grupo de jóvenes con educación y conocimiento necesario para identificar las noticias carentes de verdad. ¿Pero por qué lo hacen? En general las conclusiones de la investigación fueron que los jóvenes comparten este tipo de información por puro ocio y diversión. (UZUEGBUNAM, y otros, 2021)

En efecto, las plataformas que hay actualmente tienen muchas formas de aprovechamiento, una de ellas es ayudar en el proceso profesional de cualquier estudiante y también el mantenerlo informado. Sin embargo, las encuestas dictan resultados en los que se connota que los jóvenes dan un uso ocioso a las redes digitales (gráfico 9).

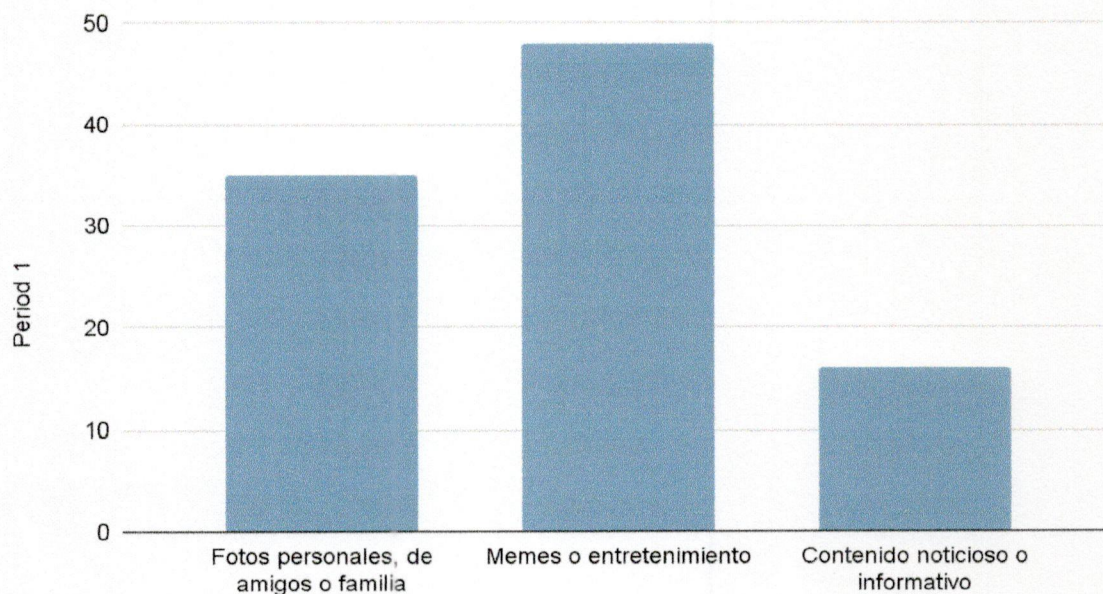


Gráfico 9 - contenido compartido en RRSS / Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

En este punto se recurrió a preguntar el tipo de contenido publicado con mayor frecuencia en las redes sociales, y de esta manera identificar el uso que los estudiantes le dan a esta misma. Los resultados arrojaron que solo un 20% comparte contenido noticioso o informativo en Facebook, pero que el 60% comparte contenido relacionado con memes y entretenimiento. Se dice que en los últimos años las plataformas de interacción social se han convertido en las herramientas del internet con más éxito más en la sociedad de la información, esto puede deberse, quizás, a la inmediatez que brindan y el acceso abierto que tienen los usuarios.

Como se ha mencionado, En su mayoría de los usan las redes sociales como su principal opción para el entretenimiento, y no solamente un tema de diversión, sino de relacionamiento, puesto que las redes sociales son herramientas que conectan con amigos, les permite conocer a otras personas, interactuar o intercambian información e imágenes. Para los adolescentes, es de buen provecho estos espacios, en especial porque no existe la supervisión y control de adultos, convirtiéndose en un lugar de refugio y libertad, e incluso construir una personalidad basada en sus preferencias, demostrando que no son quienes son, sino quienes quieren ser. Aunque el ocio no es un monstruo en la sociedad, de hecho, en la creación y difusión de memes intervienen habilidades digitales, como la búsqueda y la acción de escoger la información, diseño y edición de contenidos y el arte de viralizar en la red; de paso que, los estudiantes ya realizan procesos

parecidos en su uso cotidiano de la tecnología. De este modo, a través de esta forma de entretenimiento se trabajan habilidades cognitivas, tales como la observación, el análisis y la capacidad de síntesis. (Humanidades y NTICS, 2017)

Sin embargo, la presente investigación profundiza en el tema de la información creada, difundida y consumida por los estudiantes en las redes sociales, enfocando preguntas a la frecuencia en que los mencionados comparten contenido noticioso y qué hacen al momento de encontrar enunciados informativos en redes sociales, de esta forma, identificar el comportamiento de los jóvenes en las RRSS frente a la información y así poder establecer el uso que le dan los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de CORPOSUCRE a la información digital.

(gráfico 10)

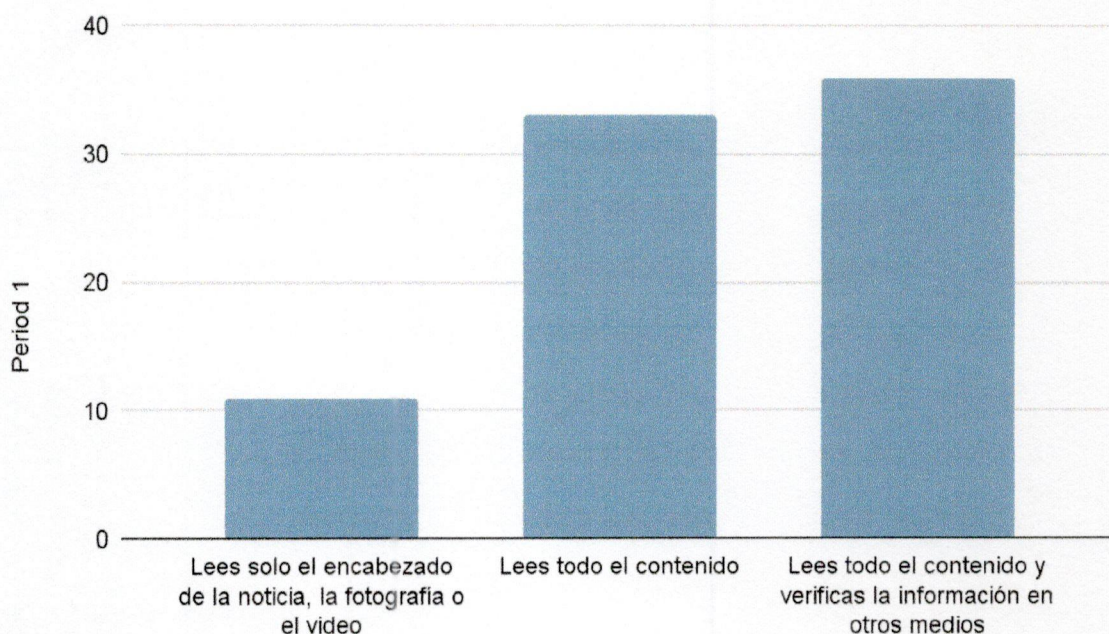


Gráfico 10 -comportamiento ante contenido noticioso/ Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

Es evidente, que aunque los encuestados usan en su mayoría las redes sociales como espacios de ocio y entretenimiento, cuando se trata de contenido informativo más del 50% de los encuestados verifica la información que consumen (Gráfico 11), Lo que podría traducirse como responsabilidad al momento de informarse frente a un tema, además los resultados que se exponen

en el gráfico 10 arrojan que el 45% de los encuestados frente a un enunciado informativo en redes sociales leen todo el contenido y **verifican las fuentes** de la información con otros medios, es decir, un buen porcentaje de estudiantes posee reglas y criterios personales antes de consumir una información que lo incitan a comprobar la veracidad de la información, aunque estas afirmaciones pueden ser demostradas con mayor efectividad en investigaciones afines, seguidamente en los resultados también encontramos que, el 41,3% lee todo el contenido, lo cual es positivo porque demuestra que entre la comunidad estudiantil hay hábitos tanto de lectura como de estar informados; por el contrario de un 13,8% de la muestra que solo lee los encabezados de forma superficial.

Aunque los resultados de la encuesta demuestran resultados positivos, un estudio de Digital News Report de Reuters revela que los usuarios de internet solo leen los encabezados noticiosos de los medios de comunicación, este estudio fue realizado en diez países diferentes. Quiere decir que, a nivel mundial, el 73% de los internautas consumen la información de internet en formatos escritos (titulares, noticias o blogs) en promedio una vez a la semana. Por otra parte, la tercera parte (33%) prefiere escuchar audios o ver videos informativos en línea, y en total el 23% observa fotografías o gráficos para informarse. El informe concluye que, leer titulares –por ejemplo, en las páginas principales de los sitios web– permite conocer la situación actual, pero de una forma superficial, y esta es la actividad más común en ocho de los países estudiados, con un 58%. (Pichihua, 2014)

En este punto, aunque ya se logró comprobar que menos del 50% de los encuestados verifican la información que consumen con otros medios, se vuelve a realizar la pregunta de forma más directa y se obtiene que solo el 26,3% verifica siempre la información y las fuentes que están consumiendo, mientras que el 68,8% lo hace ocasionalmente y el 5% nunca lo hace. (gráfica 11)

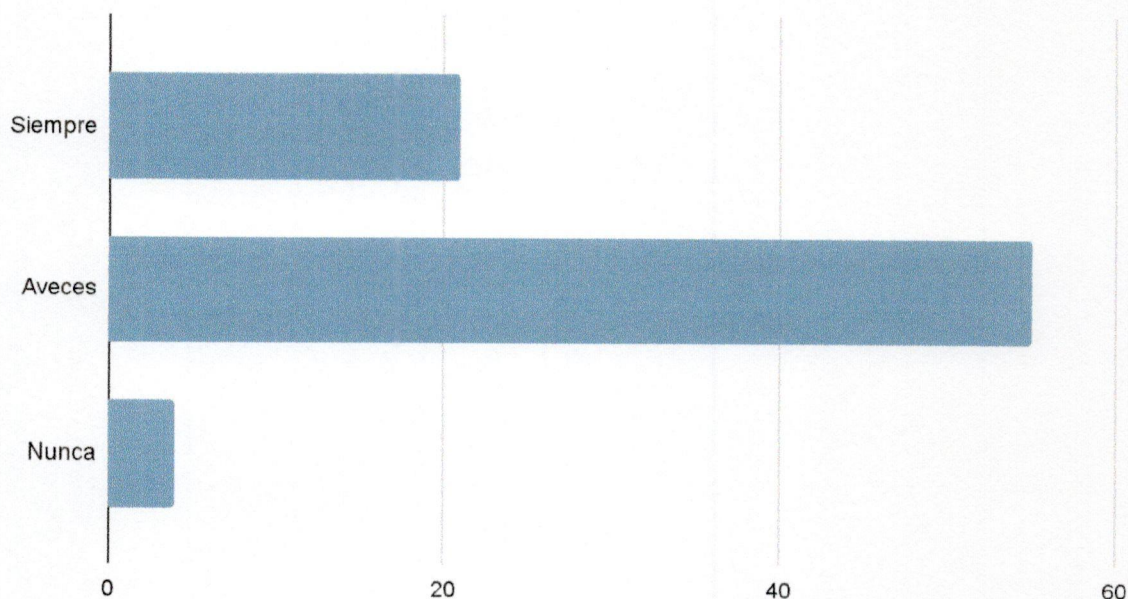


Gráfico 11-Frecuencia de verificación de información y fuente/ Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

A modo de cierre, durante la investigación se buscó, en primer lugar, estudiar el comportamiento de los estudiantes en redes sociales y se obtuvo que la mayoría de los estudiantes usan estos espacios como tiempos de ocio y entretenimiento, sin embargo, cuando se trata de información consumida, optan por ser responsables y verificar siempre o en ocasiones, las fuentes de la información que están consumiendo y evitar compartir la información sin las bases necesarias. Es inevitable separar a los jóvenes de las redes sociales en la ecuación de “vida cotidiana”, puesto que la generación ha crecido desarrollándose en un entorno tecnológico y de avance constante, por lo que el internet ha pasado a ser parte esencial de la vida, De la Torre (2009) citado por (Parra García & Chávez Sánchez, 2016) apuntan que “ya no es una pérdida de tiempo para los jóvenes navegar por Internet o el uso de redes sociales, ya que están asimilando competencias tecnológicas y comunicativas muy necesarias para el mundo contemporáneo”; estos mismo han adaptado el espacio de las plataformas sociales no solo como espacios de entretenimiento sino también académicos y de comunicación. En suma, la información en redes sociales puede convertirse en una buena herramienta para el desarrollo académico, siempre y cuando pueda

regularse de forma correcta y los estudiantes puedan tener criterio al momento de crear, consumir y difundir contenidos noticiosos en redes sociales.

Capítulo IV - Del objetivo específico IV: Analizar el impacto que causa el flujo de información de redes sociales en la vida académica y personal de los estudiantes.

No cabe duda de que las redes sociales han irrumpido de forma rápida la vida, no solo de los jóvenes, sino de todas las personas que puedan tener acceso al internet, convirtiéndose entonces no solo en importantes herramientas para la comunicación interpersonal, sino también para la difusión de información y contenidos por parte de los medios y personas de interés. En España, el 85% de los usuarios de internet se encuentra en un rango de edad entre 16 y 65 años, lo que representa más de 35,5 millones de internautas en España, según el Estudio Anual de Redes Sociales 2018 de IAB, la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España, en compañía con Elogia y patrocinado por Adglow. (IAB, 2018)

Asimismo, es importante destacar que, para los segmentos más jóvenes de población –de 15 a 24 y de 25 a 43 años– las redes sociales se han convertido en la primera fuente de información, según datos de la Encuesta de Impacto del Periodismo de la APM, correspondiente a 2017 (Asociación de la Prensa de Madrid, 2017). Resultados no muy alejados de la investigación “uso de redes sociales como fuente de información de los estudiantes de FACA en CORPOSUCRE”, que demuestran una interacción constante de los estudiantes en las redes sociales. Retomando la investigación española antes mencionada, el 48% de los encuestados afirmó que las noticias son recibidas a través de las redes sociales, y que la edad es un factor determinante para ello, dado que los consumistas de información que se encuentran un grupo de edades avanzadas se inclinan por buscar la información en los medios tradicionales comunes, a diferencia de los más jóvenes, quienes reciben el contenido noticioso a través de redes sociales, tales como Facebook, Twitter, inclusive WhatsApp. (Asociación de la Prensa de Madrid, 2017)

Sin duda, la presencia de las redes sociales es una realidad, al igual que lo adictiva que pueden llegar a ser, de hecho, En un Blog de IBERDROLA, se cita un estudio realizado por la Chicago Booth School of Business de hace ya cinco años, que afirmaba que Facebook, Twitter y otras redes sociales poseen una capacidad de adicción más fuerte que la del tabaco o el alcohol dado que, entre otras cosas, su acceso es sencillo y gratuito, lo que decir cualquier persona tiene la libertad de hacer uso de estas herramientas de la web y por supuesto de darle el uso adecuado o no a esta misma (Iberdrola, 2018). Lo que dirige la investigación a cuestionarse qué influencia o

impacto puede tener la información de redes sociales en las áreas personales y académicas del grupo foco de la investigación. (Gráfica 12)

Se estima que, el uso que se le da a todas las redes sociales y el impacto que trae consigo el flujo de información, sin duda repercutirá en la vida académica y personal de los estudiantes ya que estas actividades hacen parte de su vida diaria; Smith y Borreson (2010), pusieron en marcha un estudio longitudinal en el que analizaron los avances del uso de las tecnologías de la información, usando como grupo de estudio para la investigación estudiantes universitarios. Los autores, hallaron que la frecuencia en el uso de las redes sociales entre la población universitaria aumentó de forma considerable durante los últimos años. Además, se encontró que los usuarios de menor edad (18-24 años), eran los que utilizaban con mayor frecuencia las plataformas sociales, del mismo modo, estas suelen ser las edades más susceptibles ante los ataques de manipulación, es decir, que los usuarios en el último rango de edad mencionado son lo más expuestos a la influencia de la información en las redes.

En todo caso, la información en redes sociales no sería el problema general en cuestión, sino más específicamente las noticias falsas que se puedan encontrar en estas y la serie de repercusiones que puedan traer a la vida diaria y académica de los estudiantes. Sin embargo, según los resultados del sondeo, los encuestados no sienten amenaza alguna por la desinformación digital.

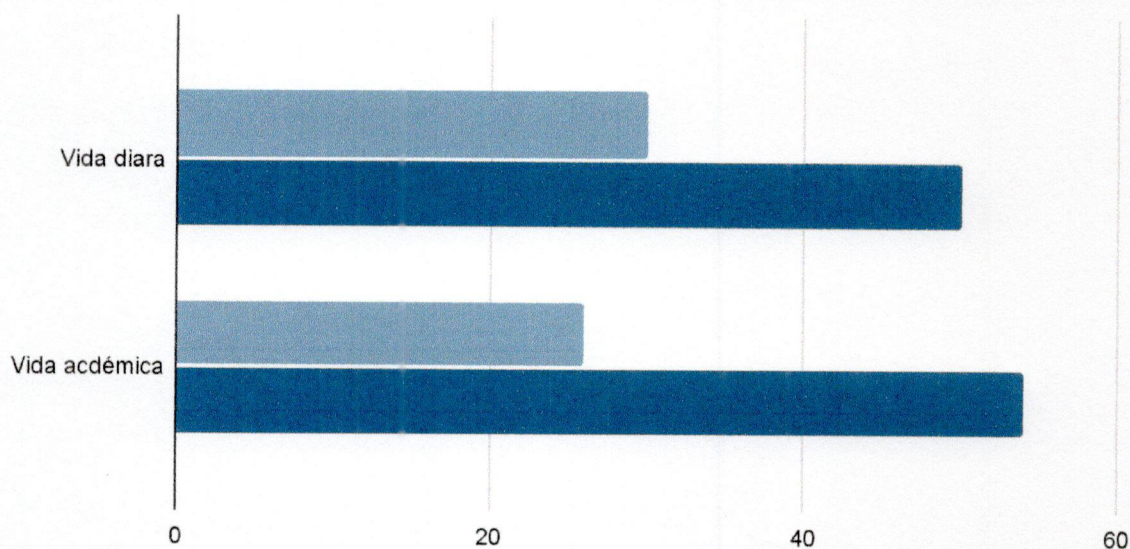


Gráfico 12-Influencia de Fake News/ Encuesta Uso de RRSS como fuente de información

Las noticias engañosas siempre han existido, pero desde la llegada del internet y todas las nuevas tecnologías de comunicación e información que se han creado, las Fake News o informaciones falsas se han multiplicado de forma incontrolable a manera mundial. El término de Fake news se utiliza para referirse a la difusión de noticias falsas que conducen a un ciclo peligroso de desinformación. Las redes sociales permiten a los usuarios ser tanto productores como consumidores de contenidos y facilitan la difusión de contenidos engañosos, falsos o inventados. Esto crea un círculo vicioso donde las noticias falsas se copian miles de veces en segundos. Todo esto sucede en un contexto de post verdad, el término fue nombrado por el diccionario de Oxford como la palabra del año en 2016 y se refiere a las circunstancias en que los hechos objetivos son menos importantes a la hora de modelar la opinión pública que las apelaciones a la emoción o a las creencias personales.

Por otro lado, según un estudio que realizaron en 2019 la compañía de ciberseguridad Kaspersky y la consultora de mercado Corpa en Latinoamérica, el 73 % de los colombianos no logra identificar las noticias falsas, y el 47 % cuestiona de vez en cuando, o no cuestiona, lo que lee en la web (Diazgranados, 2020). Las cifras anteriores son preocupantes, porque la difusión de noticias falsas en Colombia ha estado presente en el Plebiscito de 2016, las elecciones presidenciales de 2018, el paro nacional de noviembre 2019, la pandemia por COVID-19, el proceso de vacunación y el paro nacional reciente, por lo que no podría decirse que hay algún usuario exento de esto, sino que más bien, están todos expuestos a caer en telarañas de desinformación en redes sociales. (FERNÁNDEZ-RÚA , 2020)

En cuanto a las fake news o noticias falsas, su rol ha consistido en fomentar la confusión, la exacerbación de emociones como la rabia, la rivalidad entre grupos de personas que piensan distinto y la toma de decisiones con base en información alejada de la realidad. Por eso, cada vez crecen más los esfuerzos de medios de comunicación por verificar la información dudosa que circula en redes; y de las plataformas como Google y Facebook para contener su difusión. No obstante, las prácticas de los usuarios de redes sociales son clave para alimentarlas o frenarlas.

Para concluir, las informaciones falsas despiertan emociones que pueden desencadenar episodios de violencia, como el famoso Pizzagate, en Estados Unidos: donde un ciudadano disparó varias veces dentro de una pizzería porque, según una noticia falsa, el establecimiento operaba una red de tráfico sexual. Además, la difusión de noticias falsas puede desprestigiar empresas, personas e

instituciones, así como afianzar divisiones sociales; También puede generar confusión e incidir en la toma de decisiones importantes para nuestra cotidianidad, democracia y salud, como realizar o no una diligencia bancaria, votar por X o Y candidato en elecciones o escoger un tipo de dieta que no esté respaldada por la ciencia. En suma, de ahí la importancia de utilizar herramientas para identificar fake news, así como adquirir hábitos que nos cuiden de sus consecuencias y nos alejen del riesgo que representa difundirlas (The Conversation , 2020). No obstante, para frenar el círculo de desinformación es importante que los estudiantes o personas en general puedan tomar conciencia de que es una cuestión que tiene incidencia en la sociedad en su conjunto, que afecta la integridad democrática y que debe ser abordada en sus dimensiones política, social y cultural. Aunque, actualmente, en el país contamos con servicios de chequeo de información como ColombiaCheck, RedCheq y El Detector de La Silla Vacía. Sin embargo, sabemos que el primer filtro para evitar la difusión de las noticias falsas en redes sociales o en Internet somos nosotros mismos y los criterios que podamos desarrollar.

8 conclusiones

Atendiendo a los hallazgos encontrados se puede afirmar que este estudio proporciona una información importante y que permite establecer el perfil del joven universitario actual, concretamente, del alumnado que realiza estudios vinculados a las Ciencias sociales, por lo tanto, ejercerá su actividad profesional en ámbitos vinculados con la interacción con la sociedad y los ámbitos que la envuelven, como la tecnología. A partir de esto, se han obtenido datos relacionados con la frecuencia y tipos de usos que los estudiantes hacen de Internet y redes sociales, se han comprobado cuáles son las actitudes hacia el uso de Internet y redes sociales en estudiantes de la facultad de Ciencias sociales (a través de una adaptación de una encuesta realizada por estudiantes de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Durango (UAD), Campus Zacatecas).

La encuesta mencionada anteriormente fue adaptada de tal forma que pudiera responder a los cuatro objetivos que demanda la investigación; en primer lugar, caracterizar al grupo de estudiados, en respuesta, las primeras cuatro preguntas buscaban saber quiénes estaban respondiendo la encuesta y así poder analizar las conductas que puedan evidenciarse a través del formulario. De esta forma, la muestra fue en su mayoría mujeres con un rango de edad de entre 20 y 23 años. Los estudiantes que respondieron las preguntas fueron parcialmente de los programas de psicología y derecho de la jornada diurna, entendiendo que, serían jóvenes con tendencia a adicción en las redes sociales, puesto que se encuentran en la edad más susceptible por estas plataformas de entretenimiento y el tiempo que invierten en ellas.

Posteriormente y respondiendo al segundo objetivo de la investigación (identificar las redes sociales que usan como fuente de información), primero se necesitaba identificar el tiempo que los estudiantes dedican a las redes sociales y el horario, de esta forma se sabría la frecuencia con que ellos interactúan en este tipo de plataformas. Siendo así que, el 66.3% de los estudiantes dedica entre 1 y 6 horas en un horario nocturno. Además, para este objetivo se analizó el interés que los estudiantes tienen hacia la información, a esto, el 43,8% de los encuestados concluyeron que les interesa estar muy informados según lo que ocurre en su entorno, seguido con un 31,3% en la escala de muy informados. Por último, para este ítem se preguntó a la muestra, con qué frecuencia usaban dichas redes sociales y sus respuestas indican que la red social que más utilizan

son WhatsApp y Facebook, aunque estas mismas son reconocidas por su alta demanda de fake news.

Los resultados indican un posible riesgo de dependencia en los/as estudiantes que usan Internet para visitar redes sociales, buscar información de todo tipo, participar en juegos online y realizar compras online. Estos resultados están en línea con investigaciones anteriores; son varios los trabajos que previamente han puesto de manifiesto esta relación. Diversos estudios advierten de una relación significativa entre Internet y la adicción a las redes sociales (Mohammadi, Valinejadi, Amini Saman, & Karimpour, 2018) indicando que los/as estudiantes que tienen Internet y una cuenta de redes sociales tienen un mayor riesgo de dependencia/adicción a Internet (Ayar, Özalp Gerçeker, Zahide Özdemir, & Bektaş, 2018).

Seguidamente, en línea con el tercer objetivo de la investigación ahora se buscaba establecer el uso que le dan a esta información que pueden encontrar en redes sociales, la conclusión de este capítulo establece que, aunque los jóvenes en su mayoría toman estas plataformas como espacios de ocio, al momento de toparse con información, emplean criterios de verificación con otras fuentes; en cuanto al porcentaje que comparte, crea y difunde contenido noticioso se responde que un 20% publica contenido noticioso, pero que el 68% comparte ocasionalmente información en este tipo de plataformas.

Finalmente, el cuarto objetivo acerca de la influencia que tienen las redes sociales en los estudiantes de FACS en CORPOSUCRE, fue positivo y alarmante al mismo tiempo, puesto que, aunque más del 50% afirma no sentir amenaza de influencia por las fake news en su vida diaria o académica, una posible hipótesis consistiría en que, dado que son personas que evalúan de una manera positiva el uso de Internet y redes sociales, son menos conscientes del riesgo que conlleva el abuso o un mayor uso de estas redes en actividades que favorecen el uso problemático de estas herramientas.

Por otra parte, este tipo de investigaciones que inciden en la necesidad de conocer el perfil del/a joven universitario contemporáneo con relación al uso de Internet y las redes sociales, requieren atención de forma, por lo menos, anual, es decir, que se puedan crear rutas de investigación anuales específicas para el estudiante y el uso de las redes sociales, ya que es un asunto que exige una permanente revisión, entre otros motivos, debido al rápido avance de las tecnologías. Este hecho requiere un constante estudio de su impacto en las personas, dirigido a conocer hábitos y situaciones que puedan llegar a generar problemas personales, familiares y hasta

académicos. Solo la investigación periódica permitirá obtener datos fiables sobre los que apoyar una intervención educativa eficaz. En este sentido, desde el campo de las ciencias sociales no se debe dejar de promover la investigación desde una perspectiva educativa que resulta prioritaria, ya que el enfoque pedagógico ayuda a proponer una intervención dirigida a solventar esta situación.

Desde las instituciones educativas, en el presente caso la corporación universitaria Antonio José de sucre, es necesaria una labor proactiva dirigida a promover un uso responsable, crítico y seguro de Internet y redes sociales, sobre todo, en las titulaciones en las que se están formando los futuros profesionales de la sociedad, ya que, muchos de ellos tendrán un papel activo en la interacción con las personas y requerirán el uso adecuado de estas herramientas tecnológicas mencionadas en el desarrollo de la investigación.

9 recomendaciones

Para abarcar un tema tan amplio y constante como lo son las redes sociales, será necesario más de una investigación, por lo que se recomienda a quienes elijan continuar esta línea investigación, utilizar un instrumento de investigación más exploratorio en los que se implemente la observación, como diarios de campos, matrices y/o guías de observación. De esta forma, analizar de forma cualitativa a los individuos que puedan dar respuesta a los objetivos de la investigación, en este caso, los estudiantes.

En cuanto a los pasos de acción al finalizar la presente investigación, se le recomienda a la institución en mención, abrir espacios interactivos ya sean virtuales o presenciales, que busquen educar al estudiante en el uso correcto de las herramientas tecnológicas que se nos han brindado, como las redes sociales y las páginas web. Además, crear campañas de sensibilización que gestionen el desarrollo de criterios en los estudiantes al momento de encontrar una información en redes, es decir, que estos puedan verificar la información con fuentes confiables. No es un secreto que ya las redes sociales son un hecho en la educación, por lo tanto, incentivar a los docentes a promover el uso de redes sociales como fuente de información de forma correcta. Por último, se recomienda a los lectores no limitarse con esta información, sino expandir los límites del conocimiento, ahondar en esta u otras investigaciones, aunque el miedo al inicio sea su mejor amigo, a fin de cuentas, Albert Einstein dejó dicho: “si supiese lo que estoy haciendo, no lo llamaría investigación, ¿verdad?”.

Referencias

- Torres, C., & Carranza Alcántar, M. d. (2011). Transformaciones culturales-educativas en la era de la información. *Apertura*, 6 - 15.
- Brashier, N., & Schacter, D. (19 de mayo de 2020). *Aging in an Era of Fake News*. Obtenido de Sage Journals: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>
- Peiró, R. (08 de Junio de 2021). *Teoría de la Información* . Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/>
- Roose, K., Isaac, M., & Frenkel, S. (25 de noviembre de 2020). *Este es el cambio de Facebook que muchos piden sea permanente*. Obtenido de Yahoo Finanzas : <https://es-us.finanzas.yahoo.com/noticias/agitado-elecciones-facebook-problemas-equilibrar-190258908.html?guccounter=1>
- Actualidad, A. y. (2017). *La lucha contra la desinformación en las redes sociales*. Obtenido de Catholic.net : <https://es.catholic.net/op/articulos/64148/cat/1229/la-lucha-contra-la-desinformacion-en-las-redes-sociales.html#modal>
- Agencia Europa Press. (06 de septiembre de 2021). La desinformación en Facebook obtiene 6 veces más clics que las noticias, según un estudio. *El comercio* .
- Alayón, A. (10 de Diciembre de 2017). *El arte de difundir rumores*. Obtenido de Prodavinci: <https://prodavinci.com/>
- Alonso , M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 29-52.
- Alvino, C. (12 de Abril de 2021). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2021*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>
- Andreassen, C. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. . *Curr Addict Rep* , 175-184.
- Anguita, J., Labrador, J., & Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento (I). En J. C. Anguita, J. R. Labrador, & J. D. Campos, *Atención Primaria* (pág. 527). Escuela de Verano de la semFYC.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación, 5ta. Edición*. Venezuela: Episteme.
- Asociación de la Prensa de Madrid. (2017). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2017*. Madrid - España: Asociación de la Prensa de Madrid (APM).

- Ayar , D., Özalp Gerçeker, G., Zahide Özdemir, E., & Bektaş, M. (Diciembre de 2018). *The Effect of Problematic Internet Use, Social Appearance Anxiety, and Social Media Use on Nursing Students' Nomophobia Levels*. Obtenido de pubmed: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30004948/>
- Basu, M. K. (13 de enero de 2016). *Tecnologías digitales: Su enorme potencial de desarrollo aun escapa a los 4000 millones de personas que no tienen acceso a Internet*. Obtenido de Banco mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2016/01/13/digital-technologies-huge-development-potential-remains-out-of-sight-for-the-four-billion-who-lack-internet-access>
- Caixa. (08 de MAyo de 2021). *La desinformación, un problema para más de la mitad de los estudiantes*. Obtenido de CTXT - Contexto y Acción : <https://ctxt.es/es/20210501/Firmas/35967/observatorio-desinformacion-redes-sociales-fake-news-Pisa-educacion.htm>
- Canales, F., Alvarado, E., & Pineda, E. (1994). *MANual para el desarrollo de personal de salud* . Washington, D.C: ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe . (12 de Septiembre de 2016). *Aumenta fuertemente el uso y el acceso a Internet en América Latina y el Caribe*. Obtenido de NACIONES UNIDAS: <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-caribe>
- Correa, A. (09 de Mayo de 2018). *Teoría de la Desinformación*. Obtenido de Perfil: <https://www.perfil.com/noticias/columnistas/teoria-de-la-desinformacion.phtml>
- Diazgranados, H. (04 de Febrero de 2020). *70% de los latinoamericanos desconoce cómo detectar una fake news*. Obtenido de Kaspersky Daily: <https://latam.kaspersky.com/blog/70-de-los-latinoamericanos-desconoce-como-detectar-una-fake-news/17015/>
- Fernandez Collado, C., Hernandez Sampieri, R., & Pilar Baptista, L. (2008). *Fundamentos de metodología de la investigación. 1ra. Edición*. Madrid, España: Ed. Mc Graw Hill.
- FERNÁNDEZ-RÚA , J. (16 de Septiembre de 2020). *Covid-19, tormenta perfecta para las 'fake news'*. Obtenido de BIOTECH: Magazine & News: <https://biotechmagazineandnews.com/covid-19-tormenta-perfecta-para-las-fake-news/>

- Flores Cueto, J., Morán Corzo, J., & Rodríguez Vila, J. (12 de octubre de 2009). *LAS REDES SOCIALES*. Obtenido de Unidad San Martín de Porres: <https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
- Forteza Oliver, M. (2012). El papel de los museos en las redes sociales. *Biblios: Journal of Librarianship and Information Science*, 31 - 40. Obtenido de BIBLIOS: <http://biblios.pitt.edu/ojs/index.php/biblios/article/view/66/144>
- García, F. (2002). *Resumen dle libro: EL CUESTIONARIO*. Mexico: Limusa.
- Gartner. (2018). *Predicciones tecnológicas*. Madrid.
- Gomez, H. (16 de mayo de 2013). *Desinformación en Internet y hegemonía en redes sociales*. Obtenido de DIALNET: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759721>
- Griffiths, M., Kuss, D., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview and preliminary findings. En M. D. Griffiths, D. J. Kuss, & Z. Demetrovics, *Criteria, evidence, and treatment* (págs. 119-141). San Diego: Elsevier Inc.
- Guillot, V. (2010). Teoría de la desinformación. *La nueva España*.
- Gutierrez , R. (03 de MAyo de 2018). *Luchar contra la desinformación en la era de las redes sociales*. Obtenido de Equal Times: <https://www.equaltimes.org/luchar-contra-la-desinformacion-en?lang=en#.Ybs16sIBzIU>
- Hernandez, J. (s.f.). *El gaucho Martín Fierro*.
- Hernandez, R., & Fernandez, c. (2003). *Metodología de la Investigación*.
- Humanidades y NTICS. (2017 de Abril de 2017). *LOS MEMES COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA EN EL AULA*. Obtenido de Humanidades y NTICS: <https://humanidades.blog/2017/04/22/los-memes-como-estrategia-didactica-en-el-aula/>
- IAB. (05 de Junio de 2018). *Estudio Anual de Redes Sociales 2018* . Obtenido de IAB .
- Iberdrola. (2018). *Adicción a las redes sociales: causas y síntomas principales*. Obtenido de Iberdrola Web Site: <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/como-afectan-redes-sociales-jovenes>
- Kemp, S. (27 de enero de 2021). *DIGITAL 2021*. Obtenido de We are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>
- lozares, c. (2013). La teoría de redes sociales. *Papers: revista de sociología*, 103-126.
- Malhotra Naresh, P. (2004). *Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, Cuarta Edición*. Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- Matsa, K., & Mitchell, A. (26 de Marzo de 2014). *8 Key Takeaways about Social Media and News*. Obtenido de Pew Research center: <https://www.pewresearch.org/journalism/2014/03/26/8-key-takeaways-about-social-media-and-news/>
- Ministerio de Educación Nacional, República de Colombia. (2008). *La Revolución Educativa: Plan Sectorial de Educación 2006 - 2010*. Bogotá.
- MinTic. (2019). *Boletín trimestral del sector TIC*. Bogotá, DC.
- Mohammadi, S., Valinejadi, A., Amini Saman, J., & Karimpour, H. (2018). Evaluación de la adicción a internet, teléfonos inteligentes y redes sociales en estudiantes de ciencias médicas: un estudio transversal. *Revista electrónica de medicina general*, 15.
- Olivares, E. (25 de enero de 2021). *Teorías de la conspiración: ¿por qué tantas personas las creen?* Obtenido de Facultad de Humanidades y Comunicaciones: <http://comunicacionesyhumanidades.uft.cl/articulos-del-boletin/>
- Parra García, R., & Chávez Sánchez, H. (2016). El uso de redes sociales para fines académicos. En R. R. Parra García, & H. d. Chávez Sánchez, *Proceso de investigación y el posgrado en las Universidades Públicas* (págs. 39 - 46). Mexico : ECORFAN-México.
- Paulina, O. (9 de Junio de 2020). *¿Cómo reaccionan las personas ante las teorías conspirativas y las fake news?: Valor Empresario*. Obtenido de Valor Empresario: <https://valorempresario.wordpress.com/>
- PEW RESEARCH CENTER. (30 de Noviembre de 2018). *Hoja informativa: Actitudes con respecto a los medios informativos y a la política en España*. Obtenido de PEW RESEARCH CENTER: <https://www.pewresearch.org/global/fact-sheet/hoja-informativa-actitudes-con-respecto-a-los-medios-informativos-y-a-la-politica-en-espana/>
- Pichihua, S. (18 de Junio de 2014). *Los internautas solo leen los titulares de las noticias*. Obtenido de Clases de Periodismo: <https://www.clasesdeperiodismo.com/2014/06/18/los-internautas-solo-leen-los-titulares-de-las-noticias/>
- Rendón Macías, M. (2016). Metodología de la Investigación. *Revista Alergia Mexico*.
- Requena, F. (2012). Análisis de las redes sociales: orígenes, teoría y aplicaciones. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 137-152.
- Rodriguez Andres, R. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora. *Historia y Comunicación Social*, 231.

- Rubin, D., Levin, R., & Samaniego, A. (1996). *Estadística para administradores*. Ciudad de Mexico : Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Russo, A. (26 de Agosto de 2020). *Cómo funcionan los algoritmos de Facebook, Instagram y Twitter*. Obtenido de RD Station: <https://www.rdstation.com/es/blog/algoritmo-redes-sociales/>
- Sanchez, A. (2010). *Introducción: ¿qué es caracterizar?* Medellín: Fundación.
- Sandhusen L., R. (2002). *Mercadotecnia, Primera Edición*. Mexico: Compañía Editorial Continental.
- Shellenbarger, S. (21 de Noviembre de 2016). *Most Students Don't Know When News Is Fake, Stanford Study Finds*. Obtenido de The Wall Street Journal : <https://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-1479752576?reflink=e2twsc>
- Smith, S., & Borrensón , J. (2010). *The ECAR study of undergraduate students and information technology 2010*. Boulder, Colorado : Ecar research Study .
- Stanton, W., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). *Fundamentos de Marketing 14° edición* . Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- SuperTrending. (2021 de febrero de 2021). *¿Cuánto tiempo dedican los jóvenes colombianos a las redes sociales?* Obtenido de Canal RCN: <https://www.canalrcn.com/supertrending/tecnologia/articulo-nota/cuanto-tiempo-dedican-los-jovenes-colombianos-las-redes-sociales-5971>
- SuperTrending. (12 de Febrero de 2021). *¿Cuánto tiempo dedican los jóvenes colombianos a las redes sociales?* Obtenido de Canal RCN: <https://www.canalrcn.com/supertrending/tecnologia/articulo-nota/cuanto-tiempo-dedican-los-jovenes-colombianos-las-redes-sociales-5971>
- Tamayo , M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico : Limusa.
- Tambini, D. (2018). Luchar contra la desinformación en la era de las redes sociales. *Equal Times*. The Conversation . (18 de Diciembre de 2020). *How to reduce the spread of fake news – by doing nothing*. Obtenido de The Conversation : Academic rigour, journalistic flair: <https://theconversation.com/how-to-reduce-the-spread-of-fake-news-by-doing-nothing-152097>
- The World Bank . (2016). *Digital Dividends*. Washington DC: World Development Report .

- Trespalcios , J., Vázquez, R., & Bello, L. (2005). Investigación de Mercados. En J. Trespalcios, R. Vázquez, & L. Bello, *Investigación de Mercados* (pág. 96). Madrid. España: Paraninfo Cengage Learning.
- UNESCO. (2012). *World Atlas of Gender Equality in Education*. Paris, Francia: UNESCO.
- UZUEGBUNAM, C., MADRID-MORALES, D., UMEJEI, E., SIKANKU, E., GONDWE, G., WASSERMAN, H., . . . TULLY, M. (02 de Junio de 2021). *Detección de engaños: cómo los jóvenes en África usan pistas para detectar información errónea en línea*. Obtenido de NiemanLab: <https://www.niemanlab.org/2021/06/spotting-hoaxes-how-young-people-in-africa-use-cues-to-spot-misinformation-online/>
- Vásquez Perez, S. (26 de MARzo de 2020). *Consumo de información falsa en redes sociales por parte de los estudiantes del CCAV - UNAD Corozal: una estrategia comunicativa para contrarrestar la desinformación y su incidencia en la formación de opinión*. Obtenido de UNAD: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/33392>