


Universitarios frente a las *Fake News* generadas por Inteligencia Artificial: estrategias asociadas al pensamiento crítico que adoptan

The critical thinking strategies university students use when dealing with Fake News produced by Artificial Intelligence

M^a Esther del Moral Pérez ¹ 

Nerea López-Bouzas ^{1*} 

Jonathan Castañeda Fernández ¹ 

M^a del Carmen Bellver Moreno ² 

¹ Universidad de Oviedo, Spain

² Universitat de València, Spain

* Autor/a de correspondencia. E-mail: lopeznerea@uniovi.es

Cómo referenciar este artículo/ How to reference this article:

Del Moral Pérez, E., López-Bouzas, N., Castañeda Fernández, J., y Bellver Moreno, M. C. (2025). Universitarios frente a las *Fake News* generadas por la Inteligencia Artificial: estrategias asociadas al pensamiento crítico que adoptan [The critical thinking strategies university students use when dealing with Fake News produced by Artificial Intelligence]. *Educación XX1*, 28(2), 69-121. <https://doi.org/10.5944/educxx1.39811>

Fecha de recepción: 05/02/2024

Fecha de aceptación: 05/11/2024

Publicado online: 20/06/2025

RESUMEN

La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) en la esfera digital está incrementando las *Fake News* (FN) que circulan en las redes sociales (RRSS), donde especialmente los jóvenes corren el riesgo de ser víctimas de engaños y manipulación. Los objetivos de esta investigación son: 1) analizar las estrategias activadas por universitarios (N=543) frente a las FN, relacionadas con las dimensiones del pensamiento crítico; 2) determinar su nivel de formación recibido para detectar FN; y 3) delimitar los contenidos formativos que consideran prioritarios para discriminarlas. La metodología es empírica, no experimental de tipo descriptivo, con carácter exploratorio y comparativo. Se utilizó un cuestionario de opinión validado ($\alpha=0.895$), integrado por 56 ítems para conocer el nivel de formación recibido para detectar FN; e identificar qué estrategias del pensamiento crítico (cognitiva, personal-actitudinal, lógico-argumentativa, expresivo-comunicativa y ética) activan frente a ellas. Los resultados evidencian que un 76.7% declara tener poca o ninguna formación al respecto. La mayoría sabe qué son las FN con el fin de manipular, aunque un aproximado 40% declara no ser consciente de recibirlas. Habitualmente no contrastan la información recibida con fuentes fiables ni comprueban su fuente y autoría. Sin embargo, detectan el abuso del clickbait. Las estrategias que emplean no siempre garantizan discernir la veracidad de las noticias que reciben, incrementando su vulnerabilidad. Reclaman una formación específica y enuncian los contenidos prioritarios para conocer cómo se construyen las FN y analizar críticamente su contenido y forma, evitando el riesgo de manipulación. Finalmente, cabe reflexionar sobre el papel de la IA generativa para modificar “evidencias”, limitando la capacidad de la audiencia para discriminar la veracidad de la información recibida, e incluso, abocando a un escepticismo generalizado.

Palabras clave: *fake news*, inteligencia artificial, pensamiento crítico, redes sociales, universitarios

ABSTRACT

The arrival of Artificial Intelligence (AI) in the digital arena has increased the amount of fake news (FN) circulating on social networks (SNs), where young people are at particular risk of being deceived and manipulated. The study objectives were: 1) to analyse the critical thinking strategies that university students (N=543) activate when dealing with FN; 2) to determine how much education and training they have been given for detecting FN; and 3) to describe the educational content that they believe to be most important for identifying FN. The methodology was empirical and non-experimental. The study was descriptive, exploratory, and comparative. A validated questionnaire ($\alpha=0.895$) with 56 items was used to ascertain how much education they had received for detecting FN and to identify the critical thinking strategies (cognitive, personal-attitudinal, logical-argumentative, communicative-expressive, and ethical) they activated when dealing with FN. The results indicated that 76.6% reported having little or no education in this regard. The majority understood what FN with the aim of manipulation was, although around 40% reported not being aware of having received any.

They did not habitually test the information they received against reliable sources nor check where it came from or who wrote it. Nonetheless, they did detect clickbait. The strategies they used did not always ensure that they determined the truth of the news stories they received, making them more vulnerable. They called for specific education and described the training content they would prioritize to understand how FN is created and to critically analyse its form and content, avoiding being manipulated. Finally, it is important to consider the role of generative AI in altering “evidence”, limiting the audience’s ability to determine the truth of any information they receive, potentially leading to widespread scepticism.

Keywords: fake news, artificial intelligence, critical thinking, social networks, university students

INTRODUCCIÓN

La era de la postverdad se caracteriza por enfatizar la prevalencia de la subjetividad y la irrelevancia de la verdad frente a los hechos (Villena, 2019). Según Waisbord (2018), asistimos a un nuevo orden en la comunicación donde se libra una gran batalla por convencer a las audiencias utilizando las redes sociales (RRSS): los gobiernos orquestan campañas de propaganda, las élites y las corporaciones compiten por dominar la cobertura de las noticias sin demostrar los hechos, tan solo buscan captar seguidores. Se prima la retórica audiovisual, es decir, el uso de técnicas para transmitir los mensajes del modo más eficaz, estético, visual y persuasivo posible (Sülflow et al., 2019). Se crean y viralizan mensajes audiovisuales en las RRSS intentando convencer, conmover y generar sensaciones en la audiencia para obtener los efectos deseados, convirtiendo la verdad en algo irrelevante. En particular, la audiencia juvenil, al permanecer en las RRSS en mayor medida (Lozano-Blasco et al., 2023), encuentra a menudo información fabricada convertida en hechos noticiosos, que sirven a intereses políticos, económicos o ideológicos (Hernández, 2020).

Las denominadas *Fake News* (FN) tienen como objetivo la manipulación de la opinión pública para modificar su percepción sobre una determinada situación y legitimar un punto de vista (Aleinikov et al., 2019), dañando, incluso, la estabilidad democrática (Chambers et al., 2021). Este fenómeno de manipulación contribuye a incrementar la vulnerabilidad de las audiencias, y se ve amplificado con el alcance de las RRSS y el desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) (Gómez de Ágreda et al., 2021; López et al., 2022). Sus algoritmos estudian los intereses de los usuarios para proporcionarles información o publicidad a la carta (Swart, 2021), adaptándose a sus demandas con el riesgo de encerrarles en una burbuja. Esto ocasiona que permanezcan ajenos a otros contenidos y se radicalicen, reforzando las ideas y argumentos compartidos con usuarios afines (Wolfowicz et al., 2023). Por su parte, los creadores de FN no buscan que se analice la información o contraste las fuentes, sino generar una respuesta rápida, impulsiva y fisiológica, utilizando imágenes

provocativas que suscitan distintas emociones (Acosta, 2021). De esta manera, captan la atención de los jóvenes desde lo emocional incidiendo en sus creencias, buscando su complicidad para viralizar las noticias falsas.

Así pues, la difusión de las FN está íntimamente relacionada con los déficits en el procesamiento de conflictos y la capacidad de las audiencias para analizar la información (Bronstein et al., 2021). Por su parte, Britt et al. (2019) y Batailler et al. (2022) señalan cuatro factores que favorecen la viralización de las FN: la escasa motivación de los receptores para analizar la información antes de difundirla; la reducida capacidad de pensamiento crítico para analizarla; la priorización del canal emocional frente al cognitivo; y la sintonía entre la información recibida y las propias creencias (a mayor congruencia, mayor aceptación). Frente a esta situación, cabe cuestionarse si los universitarios se ven afectados por estos condicionantes, y cómo se enfrentan a las FN que reciben a través de las RRSS donde están inmersos. Concretamente, el presente estudio tiene como objetivo analizar las estrategias que activan frente a las *fake news*, relacionándolas con su capacidad de pensamiento crítico.

PENSAMIENTO CRÍTICO VS. *FAKE NEWS* AMPLIFICADAS POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La emergencia de aplicaciones de IA generativa está propiciando debates éticos en torno a su uso en el ámbito de la información y comunicación, lo que está afectando a todo el proceso de elaboración de noticias (Otero, 2022). Asimismo, esta tecnología está impactando en las estrategias que los sujetos activan para adquirir el conocimiento a partir de la información que reciben, lo que exige dotar de herramientas cognitivas a los estudiantes para que sean capaces de responder a los desafíos que plantea (García-Peñalvo et al., 2024). Indudablemente, la IA puede ofrecer grandes oportunidades para la formación, sin embargo también conlleva algunas amenazas, lo que requiere un análisis riguroso implicando a la comunidad educativa en su conjunto (Sánchez-Mendiola & Carbajal, 2023). Uno de los riesgos de esta tecnología se relaciona con la perversión de su uso, poniéndola al servicio de intereses espúreos y generando un estado de incertidumbre ante la avalancha de información falsa, tal como reconocen Martín y Buitrago (2023) y Ballesteros-Aguayo y Ruiz del Olmo (2024).

Así pues, el reto hoy se centra en detectar las FN elaboradas de forma automática por sistemas inteligentes cada vez más sofisticados (Meso et al., 2023). Estos suplantando a los auténticos actores de los hechos noticiosos, emulando sus voces o estilos de escritura, situándolos en escenarios ficticios, transformando sus discursos, engañando y provocando un estado permanente de incredulidad e incertidumbre. Ante esta preocupante situación es necesario dotar de herramientas

y estrategias a la ciudadanía para estimular el pensamiento crítico -especialmente- de las jóvenes generaciones y prepararlas para contrarrestar el efecto negativo de la IA, asociado con la creación y viralización de FN. Esto requiere conocer si los jóvenes están preparados para desenvolverse en la era de la desinformación, es decir, si cuentan con las habilidades intrínsecas al pensamiento crítico.

Ennis (1985) definió el pensamiento crítico como un proceso cognitivo que capacita a los sujetos para explicar racionalmente determinados hechos, identificando su naturaleza y connotaciones éticas. Así, refiriéndolo al ámbito de las noticias, alude a la habilidad de las personas para identificar su naturaleza y evaluarlas desde una perspectiva ética, contrastando su veracidad y ajuste con la realidad. Por su parte, Paul y Elder (2007) contemplan cinco dimensiones intrínsecas al pensamiento crítico: cognitiva, personal-actitudinal, lógico-argumentativa, expresivo-comunicativa y ética. En particular, la capacidad crítica de los jóvenes frente a las *fake news* -creadas y/o difundidas por las aplicaciones de IA- implica contar con distintas habilidades, que pueden enmarcarse en las mencionadas dimensiones.

Así, la *dimensión cognitiva* se asocia con la capacidad de los sujetos para identificar y definir lo que son las FN, ser conscientes de su recepción y capaces de clasificarlas en noticias incompletas, sesgadas, contradictorias, distorsionadas, engañosas o descontextualizadas, según López-Flamarique y Planillo (2021). También alude a la habilidad para identificar los intereses que subyacen en ellas, subrayando los ámbitos en los que proliferan en mayor medida.

La *dimensión personal-actitudinal* se relaciona, por un lado, con la reacción de los sujetos ante las FN, ya sea deteniéndose en su lectura para analizarlas, comprobando la fuente y autoría, contrastándolas y/o verificándolas en otros medios o con otras personas (Castells et al., 2022), ampliando la información, u obviándolas; y, por otro, con su capacidad para racionalizar los motivos que les conduce -a menudo- a difundirlas de forma irreflexiva y precipitada, sin pensar en la repercusión que ello puede conllevar.

La *dimensión lógico-argumentativa* se asocia con la capacidad para discernir las fórmulas que adoptan las FN: tono humorístico o satírico, descontextualizadas, titulares o imágenes sensacionalistas (*clickbait*) (Singh et al., 2023), imágenes con encuadres falaces, tergiversados, o diseñadas con IA (Karen et al., 2023), creadas para captar la atención y manipular. Asimismo, esta dimensión se relaciona con la habilidad para constatar la veracidad de una noticia, identificando los elementos que contribuyen a ello, tales como que lo defienda un especialista o entidad reconocida, esté apoyada en testimonios veraces, no genere controversia, incluya imágenes/ vídeos reales, etc., como se evidenció frente al COVID (Del Moral et al., 2021).

Por su parte, la *dimensión expresivo-comunicativa* se relaciona con la habilidad de los sujetos para detectar los aspectos técnicos o estéticos que contribuyen

a maquillar las FN, es decir, aquellos que generan dudas sobre su veracidad (Kondamudi, 2023), tales como ausencia de autoría, fuente poco fiable, omisión de la fecha de publicación, incorporación de datos impactantes o titulares llamativos ajenos al contenido, utilización de tono discriminatorio u ofensivo, incursión de errores ortográficos y/o gramaticales, imágenes generadas con IA, etc. (Figura 1).

Figura 1

Ejemplo de fake news creadas con IA



Fuente. Google Imágenes.

Por último, la *dimensión ética* se vincula con la capacidad de reflexión sobre las motivaciones que alientan la construcción de FN con el apoyo de la IA, garantizando un mayor alcance. Es decir, determinar si se trata de ganar audiencia, generar controversia, manipular o influir, lucrarse económicamente, provocar alarma social (Aboualola et al., 2023), desacreditar a personas o instituciones, enmascarar otros hechos noticiosos, etc. Igualmente, esta dimensión apela a la destreza para señalar a los responsables de la viralización de las FN, tales como influencers, pseudoespecialistas, políticos, periodistas, e incluso la propia ciudadanía.

Así pues, se precisa conocer si los jóvenes -que son los más expuestos en la esfera digital- están suficientemente preparados para responder a los desafíos del aluvión de FN generadas y difundidas con la ayuda de aplicaciones de IA. Es decir, si poseen el nivel de pensamiento crítico necesario para no ser manipulados. En la presente investigación se analizan sus opiniones, percepciones y reacciones ante las FN, identificando las estrategias que arbitran para detectarlas, verificarlas, contrastarlas, etc. Lo que permitirá explorar sus habilidades, así como identificar las limitaciones que observan en su formación, que permita, en un futuro, diseñar una intervención educativa sistematizada que estimule su pensamiento crítico ante este fenómeno.

MÉTODO

Este estudio se deriva del Proyecto Interuniversitario *SURFake* y surge para dar respuesta a las siguientes cuestiones:

- P1. ¿Consideran los jóvenes universitarios que están preparados para enfrentar la avalancha de información falaz que reciben a través de las RRSS generada por la IA?
- P2. ¿Son capaces de identificar los rasgos que definen a las FN?
- P3. ¿En qué ámbitos consideran que proliferan en mayor medida?
- P4. ¿Qué estrategias asociadas al pensamiento crítico activan ante las FN?
- P5. ¿Qué indicadores les alertan de la falsedad de una información?
- P6. ¿Qué motivos creen que alientan la creación y difusión de FN en las RRSS?
- P7. ¿Quiénes son los responsables de la creación y viralización de FN?
- P8. ¿Qué razones les empujan a viralizar noticias sin contrastar?
- P9. ¿Qué contenidos formativos creen prioritarios para acometer esta tarea?

Concretamente, las hipótesis derivadas de las preguntas de investigación son:

- H1. Los universitarios consideran que no están suficientemente preparados para discriminar las FN que reciben a través de las RRSS.
- H2. La mayoría considera que las FN se caracterizan por ser noticias sesgadas e incompletas.
- H3. Los ámbitos en donde proliferan las FN, según los universitarios, son la política y la sociedad.
- H4. Los jóvenes activan distintas estrategias para discernir la veracidad de las noticias que reciben en las RRSS.
- H5. Los indicadores que les hacen cuestionar la veracidad de las noticias que reciben responden a criterios dispares, dependiendo del género y la edad.
- H6. Los jóvenes consideran que las motivaciones principales que alientan la creación y difusión de FN es la manipulación de las audiencias.
- H7. Los universitarios apuntan a los influencers como los máximos responsables de la viralización de FN.
- H8. Los universitarios viralizan sin contrastar las noticias cuando les impactan y generan alarma social.

Se trata de una investigación empírica, no experimental de tipo descriptivo, con carácter exploratorio y comparativo basado en encuesta, como señalan Cohen et al. (2011). Los objetivos son: 1) analizar las estrategias activadas por los universitarios frente a las FN, relacionadas con las dimensiones del pensamiento crítico; 2) determinar su nivel de formación recibido para detectar FN; y 3) delimitar los contenidos formativos que consideran prioritarios para discriminarlas. Esto

permitirá -en un futuro- esbozar las posibles líneas de actuación a integrar en un programa de intervención educativa que potencie las estrategias asociadas al pensamiento crítico ante cualquier tipo de información que reciban.

Muestra

El muestreo fue no probabilístico, de carácter intencional, resultado de la aplicación de un cuestionario al que los universitarios respondieron de forma voluntaria. La Tabla 1 incluye la distribución de los sujetos atendiendo a las diferentes variables de clasificación.

Tabla 1
Distribución de la muestra

		Frecuencia	Porcentaje
Universidad	Universidad de Oviedo	274	50.5
	Universidad de Valencia	269	49.5
Género	Mujer	420	77.3
	Hombre	123	22.7
Edad	Entre 18-19 años	174	32.1
	Entre 20-21 años	194	35.8
	Entre 22-23 años	100	18.5
	Entre 24-25 años	45	8.3
	Más de 25 años	29	5.4
Titulación	Grado de Educación Social	86	15.8
	Grado de Maestro en Educación Infantil	131	24.1
	Grado de Maestro en Educación Primaria	113	20.8
	Grado de Pedagogía	154	28.4
	Máster (ámbito Educación)	59	10.9
TOTAL	543	100.0	

Fuente. Elaboración propia.

Instrumento

El instrumento diseñado *ad hoc* agrupa 56 ítems en torno a las dimensiones del pensamiento crítico definidas por Paul y Elder (2007), y tiene como finalidad

identificar las *Estrategias asociadas al Pensamiento Crítico (ESPECRI)* activadas por los universitarios frente a las FN. Recoge ítems validados y adaptados de otras investigaciones similares, la peculiaridad de este cuestionario radica en la sistematización de las preguntas en torno a las dimensiones del pensamiento crítico, referidas al presente objeto de estudio, es decir, dirigidas a conocer las estrategias que adoptan los universitarios ante las posibles FN que reciben a través de sus RRSS. Concretamente, dentro de la dimensión cognitiva se incluyen ítems adaptados de la investigación de López-Flamarique y Planillo (2021) sobre el nivel de consciencia sobre lo que son las FN y su recepción. Respecto a la dimensión actitudinal se incorporan indicadores similares a los de Castells et al. (2022), orientados a conocer la reacción de los sujetos frente a las FN, así como su contribución a la difusión. Para recabar datos sobre la dimensión ética se incluyen ítems semejantes a los contemplados por Aboualola et al. (2023), asociados a vislumbrar sus creencias sobre la identificación de los responsables de la viralización y los motivos que inducen a la creación de las FN.

Asimismo, los ítems incluidos en la dimensión lógico-argumentativa parten de los estudios de Del Moral et al. (2021), Karen et al. (2023) y Singh et al. (2023), vinculados a conocer su capacidad para discriminar los rasgos de una noticia veraz e identificar la tipología de FN que se encuentran con frecuencia. Por su parte, la dimensión expresivo-comunicativa integra ítems en torno a contrastar la veracidad de las noticias recibidas, como efectúa Kondamudi (2023). Además de las dimensiones del pensamiento crítico, definidas por Paul y Elder (2007), se consideró relevante añadir una nueva, la dimensión formativa, a fin de conocer la importancia que los universitarios otorgan a determinados contenidos para poder enfrentar los desafíos de la desinformación en las RRSS y la IA, así se incluyó un ítem para conocer su nivel de formación recibido a este respecto. Y otro, para recabar sus demandas formativas a partir de las áreas temáticas priorizadas, intrínsecas a la alfabetización mediática para combatir la desinformación (Sádaba-Chalezquer & Salaverría-Aliaga, 2023).

El cuestionario es de autocumplimentación, con preguntas cerradas y con opciones de respuesta mutuamente excluyentes de tipo Likert (con cuatro categorías de respuesta: 1=nunca, 2=ocasionalmente, 3=a menudo, 4=siempre) (Tabla 2).

Tabla 2
Instrumento ESPECRI-Fake News

Dimensión	Variables	Categoría y codificación
1. Cognitiva (López-Flamarique & Planillo, 2021)	1.1. ¿Eres consciente de las noticias falsas que recibes?	(1=nunca, 2=ocasionalmente, 3=a menudo, 4=siempre)

Dimensión	Variables	Categoría y codificación
	1.2. Indica en qué medida los siguientes adjetivos definen una noticia falsa	1.2.1. Incompleta 1.2.2. Sesgada 1.2.3. Contradictoria 1.2.4. Distorsionada 1.2.5. Engañosa 1.2.6. Descontextualizado
	1.3. ¿En qué ámbito crees que abundan más las noticias falsas?	1.3.1. Cultura 1.3.2. Salud 1.3.3. Medioambiente 1.3.4. Sociedad 1.3.5. Economía 1.3.6. Política 1.3.7. Deportes
2. Actitudinal (Castells et al., 2022)	2.1. ¿Cómo sueles reaccionar cuando crees que estás ante una noticia falsa?	2.1.1. La ignoro/no la leo (indiferencia) 2.1.2. La leo entera (interés) 2.1.3. Compruebo su fuente o autoría (comprobación) 2.1.4. Verifico el link (verificación) 2.1.5. La consulto con otras personas (cotejo) 2.1.6. Busco más información en la red (documentación) 2.1.7. La contrasto con otros medios (prensa convencional, boletines oficiales, webs especializadas...) (comparo)
	2.2. Señala las razones más habituales por las que, de forma irreflexiva, contribuimos a difundir una noticia falsa sin contrastarla	2.2.1. Puede ser útil para otros (receta, oferta, consejos médicos, etc.) 2.2.2. Se relaciona con mis intereses (ocio, economía, etc.) 2.2.3. Me preocupa 2.2.4. Me impacta 2.2.5. Me divierte 2.2.6. Coincide con mi forma de pensar 2.2.7. Refuerza mis convicciones ideológicas
3. Ética (Aboualola et al., 2023)	3.1. Señala los motivos por los que crees que se generan las noticias falsas	3.1.1. Ganar audiencia/visitantes/clicks 3.1.2. Generar controversia 3.1.3. Manipular o influir 3.1.4. Intereses económicos 3.1.5. Alarma social 3.1.6. Desacreditar la imagen de alguien o algo 3.1.7. Enmascarar otras noticias

Dimensión	Variables	Categoría y codificación
	3.2. Indica en quién recae la responsabilidad de la viralización de las noticias falsas en mayor o menor medida	3.2.1. Ciudadanía 3.2.2. Influencers 3.2.3. Pseudoespecialistas 3.2.4. Políticos 3.2.5. Periodistas
4. Lógico-Argumentativa (Del Moral et al., 2021; Karen et al., 2023; Singh et al., 2023)	4.1. ¿Qué tipo de noticias falsas te encuentras frecuentemente en tus redes?	4.1.1. Información en tono humorístico o satírico. 4.1.2. Información fuera de contexto (tiempo o lugar) 4.1.3. Titulares, imágenes o subtítulos ajenos al asunto que trata (<i>clickbait</i>) 4.1.4. Información/imagen con encuadre falaz o tergiversado 4.1.5. Información no probada creada para engañar o manipular
	4.2. ¿Qué importancia concedes a los siguientes elementos para dar credibilidad a una noticia?	4.2.1. Que lo sostenga un especialista o entidad reconocida 4.2.2. Que se apoye en testimonios 4.2.3. Que incluya imágenes/videos reales 4.2.4. Que no genere controversia
5. Expresivo-Comunicativa (Kondamudi, 2023)	5. Indica en qué medida estos indicadores te hacen dudar de la veracidad de una noticia	5.1. Autoría inexistente 5.2. Fecha de publicación omitida 5.3. Fuente no oficial (blogs, webs, etc.) 5.4. Datos de gran impacto social/alarma/polémica 5.5. Titular impactante sin relación con el contenido 5.6. Utiliza un tono discriminatorio u ofensivo 5.7. Mala redacción y/o errores ortográficos y gramaticales
6. Formativa	6.1. A tu juicio, ¿qué nivel de formación has recibido para detectar noticias falsas?	(1=Ninguna, 2=Poca, 3=Bastante, 4=Mucha)
	6.2. En la era de la post-verdad, ¿qué importancia otorgas a los siguientes contenidos formativos para discriminar noticias falsas?	6.2.1. Alfabetización visual (imagen, encuadre, etc.) 6.2.2. Proceso de construcción de noticias falsas 6.2.3. Pautas para contrastarlas 6.2.4. Reconocimiento de fuentes fiables 6.2.5. Claves para detectar intereses e intenciones ocultas 6.2.6. Análisis crítico: mensaje y forma 6.2.7. Discriminación de las estrategias para la captación de audiencias 6.2.8. Responsabilidad y repercusión social de los medios (código ético) 6.2.9. Cauces para defender mis derechos como usuario/a

Fuente. Elaboración propia.

La fiabilidad del instrumento se obtuvo, tanto por la alfa de Cronbach como por omega de McDonald (1999) alcanzándose los valores que se presentan en la Tabla 3. De acuerdo con O'Dwyer y Bernauer (2013), al presentar en todos los casos valores superiores a 0.7 (o muy próximos), se puede afirmar que todos los valores alcanzados sugieren que el instrumento tanto en su manera global, como en las dimensiones que lo conformaban, pueden considerarse como fiables.

Tabla 3

Fiabilidad del instrumento: α de Cronbach y Ω de McDonald

	Alfa de Cronbach	Omega McDonald
1. Cognitiva	.752	.754
2. Actitudinal	.764	.736
3. Ética	.824	.821
4. Lógico-argumentativa	.711	.677
5. Expresivo-comunicativa	.776	.778
6. Formativa	.864	.875

Fuente. Elaboración propia.

Finalmente, tanto el coeficiente Alpha de Cronbach como la Omega de McDonald arrojaron un valor alto ($\alpha=0.895$ y $\Omega=0.917$), por lo que el instrumento presenta una buena fiabilidad.

Análisis de datos

El análisis de datos se apoya en estadística descriptiva basada en frecuencias, porcentajes y medias. Tras comprobar que la muestra no se ajusta a los criterios de normalidad con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, los posteriores contrastes entre variables se realizaron con pruebas no paramétricas a fin de constatar la existencia de diferencias significativas de las variables dicotómicas (U de Mann-Whitney) y las variables con más categorías (Kruskal-Wallis).

Se recogen únicamente los resultados que son estadísticamente significativos. El tamaño del efecto se obtuvo con la d de Cohen (d) para la variable dicotómica (género) y f de Cohen (f) para las variables politómicas (edad y nivel de formación recibida para detectar FN). La potencia estadística (PE) se calculó específicamente para cada caso asumiendo un nivel de error tipo I de .1. Los datos se han interpretado tomando como referencia los valores propuestos por Cohen (1988), así el tamaño del efecto de d será pequeño con .20, mediano con .50 y grande con .80, mientras que el tamaño del efecto de f será pequeño con .10, mediano con .25 y grande con .40, asimismo la PE será pequeña con .60, mediana con .70 y grande con .80. Los análisis se realizaron con el programa SPSS-V26 y con el programa G*Power 3.1.9.7.

RESULTADOS

Inicialmente, la distribución de los universitarios en función del nivel de formación que consideran haber recibido para detectar FN queda del siguiente modo: el 52.9% manifiesta tener poca formación, un 23.8% declara carecer de ella, lo que evidencia que tres cuartas partes están insatisfechos con su preparación para afrontar el desafío de la desinformación y las problemáticas derivadas del mal uso de IA. Únicamente, un 2.4% considera estar muy formado y un 21.0% lo está bastante para este cometido. Estos datos confirman la H1, pues los universitarios se consideran poco formados para acometer este desafío. Así, se considera que esta variable es clave, por lo que va a servir para realizar los posteriores contrastes entre grupos, ya que se considera que el nivel formativo de partida puede condicionar la capacidad crítica para hacer frente a las FN.

Dimensión cognitiva

Los universitarios asocian las FN con términos como mentira (20.8%), engaño/estafa/timo (15.2%), manipulación/tergiversación (12.4%), bulo (9.1%), falsedad/nula credibilidad (7.9%), invención/irreal (6.9%), desinformación (5.1%), pseudoperiodismo (3.3%), política/poder (3.3%) y otros (15.9%). Esto indica que conocen y entienden el concepto, así como sus connotaciones. Un 51.4% manifiesta ser consciente a menudo de las FN recibidas en las RRSS, un 8.8% lo es siempre, mientras que el 38.7% solo lo es de forma ocasional, y un 1.1% declara que nunca lo es (Figura 2).

Figura 2

Nube de palabras



Fuente. Elaboración propia.

Para conocer la existencia de diferencias estadísticamente significativas respecto al nivel de consciencia que los encuestados tienen sobre las FN que reciben, se contrastaron las medias según el género, constatándose que las mujeres son menos conscientes que los hombres de recibirlas a través de las RRSS. Como era de esperar, los universitarios que declaran contar mayor formación para detectar FN se percatan en mayor medida de recibirlas que aquellos que no poseen ese tipo de formación (ninguna: $\bar{x}=2.53$, $DT=.662$; poca: $\bar{x}=2.64$, $DT=.602$; bastante: $\bar{x}=2.89$, $DT=.657$; mucha: $\bar{x}=3.38$, $DT=.768$; $p<.000$; $f=.253$; $PE=.999$). Se observa que el tamaño del efecto respecto a la variable género es pequeño ($d<0.2$) y respecto al nivel de formación resulta mediano ($f<0.25$), asimismo la potencia estadística es baja ($PE<0.70$) en el primer caso y alta en el segundo ($PE>0.90$) (Tabla 4).

Tabla 4

Estadísticos descriptivos relativos a la variable consciencia de la recepción de FN

		X	DT	p	d/f	PE
Género	Mujeres	2.66	.657	.028	.199	.612
	Hombres	2.79	.618			
Edad	18-19	2.67	.666	.146	.103	.581
	20-21	2.68	.628			
	22-23	2.66	.670			
	24-25	2.71	.626			
	>25	2.97	.680			
Formación	Ninguna formación	2.53	.662	.000	.253	.999
	Poca formación	2.64	.602			
	Bastante formación	2.89	.657			
	Mucha formación	3.38	.768			

Fuente. Elaboración propia.

Los rasgos que -a juicio de los encuestados- definen las noticias falsas, son el engaño, seguido de información distorsionada y descontextualizada (Tabla 5).

Tabla 5

Estadísticos descriptivos sobre los rasgos que definen a una noticia falsa y diferencias según el género

Rasgos	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Incompleta	2.85	.887	2.88	.897	2.70	.833	.034	.207	.644
Sesgada	2.95	.831	2.97	.837	2.85	.803	.124	.145	.411
Contradictoria	3.04	.784	3.05	.793	2.96	.746	.196	.117	.307
Distorsionada	3.52	.604	3.55	.582	3.42	.668	.064	.203	.624
Engañosa	3.68	.571	3.67	.575	3.68	.566	.941	.017	.105
Descontextualizada	3.29	.730	3.29	.726	3.26	.748	.661	.041	.126

Fuente. Elaboración propia.

El contraste de medias atendiendo al género arroja diferencias significativas al definir las FN. Las mujeres las consideran noticias incompletas prioritariamente. Si bien el tamaño del efecto ocasionado por la variable género y la potencia estadística son bajos. Igualmente, sucede con los de 22-23 años (18-19: \bar{x} =2.64, DT=.880; 20-21: \bar{x} =2.84, DT=.821; 22-23: \bar{x} =3.21, DT=.880; 24-25: \bar{x} =2.82, DT=.936; >25: \bar{x} =2.86, DT=.953; p <.000; f =.220; PE=.997). Además, de contradictorias (18-19: \bar{x} =2.94, DT=.719; 20-21: \bar{x} =2.98, DT=.811; 22-23: \bar{x} =3.26, DT=.747; 24-25: \bar{x} =2.91, DT=.874; >25: \bar{x} =3.34, DT=.769; p =.002; f =.179; PE=.964); y descontextualizadas (18-19: \bar{x} =3.11, DT=.774; 20-21: \bar{x} =3.34, DT=.702; 22-23: \bar{x} =3.44, DT=.656; 24-25: \bar{x} =3.27, DT=.780; >25: \bar{x} =3.45, DT=.632; p =.004; f =.178; PE=.962).

Asimismo, los mayores de 25 años las identifican con noticias sesgadas (18-19: \bar{x} =2.64, DT=.827; 20-21: \bar{x} =2.97, DT=.751; 22-23: \bar{x} =3.28, DT=.792; 24-25: \bar{x} =3.04, DT=.903; >25: \bar{x} =3.31, DT=.761; p <.000; f =.291; PE=.999). Y también, distorsionadas (18-19: \bar{x} =3.41, DT=.663; 20-21: \bar{x} =3.54, DT=.568; 22-23: \bar{x} =3.61, DT=.530; 24-25: \bar{x} =3.58, DT=.621; >25: \bar{x} =3.69, DT=.604; p =.029; f =.142; PE=.844). Y si bien, los tamaños del efecto son pequeños o medianos, la potencia estadística es alta. Este escenario se repite durante todo el estudio: Los datos del tamaño del efecto son, en ocasiones, limitados, aunque siempre superiores al valor mínimo exigido. No obstante, gracias al nivel de error perfectamente asumible y a la amplia muestra, se obtiene una elevada potencia estadística. Por tanto, se puede afirmar que la probabilidad de estar identificando correctamente un efecto real es elevada, tal y como plantea Cohen (1988).

Por otra parte, respecto a los ámbitos donde consideran que abundan las FN, los universitarios remiten al sector político y sociedad (Tabla 6).

Tabla 6

Estadísticos descriptivos sobre los ámbitos donde consideran que abundan las FN y diferencias según el género

Ámbitos	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Cultura	2.64	.789	2.65	.798	2.58	.761	.258	.090	.225
Salud	3.04	.762	3.06	.749	2.96	.810	.224	.128	.345
Medioambiente	2.67	.775	2.66	.793	2.69	.705	.692	.040	.125
Sociedad	3.48	.639	3.53	.623	3.31	.671	.001	.344	.954
Economía	3.19	.772	3.21	.779	3.12	.748	.195	.118	.310
Política	3.62	.626	3.61	.637	3.65	.588	.573	.065	.167
Deportes	2.49	.771	2.40	.730	2.78	.832	.000	.492	.999

Fuente. Elaboración propia.

Al contrastar las medias en función del género se observan diferencias estadísticamente significativas. Las mujeres perciben que las noticias de sociedad se ven más empañadas por las FN, mientras los hombres lo acusan especialmente en el ámbito deportivo. Respecto a la edad, los mayores de 25 años afirman que las noticias de salud están plagadas de falsedades y bulos, a diferencia de los demás (18-19: \bar{x} =2.88, DT=.799; 20-21: \bar{x} =3.03, DT=.723; 22-23: \bar{x} =3.22, DT=.760; 24-25: \bar{x} =3.18, DT=.747; > 25: \bar{x} =3.24, DT=.636; p =.003; f =.176; PE =.959). Además, los de 22-23 años consideran que las noticias económicas son las menos fiables (18-19: \bar{x} =3.05, DT=.835; 20-21: \bar{x} =3.20 y DT=.729; 22-23: \bar{x} =3.36, DT=.746; 24-25: \bar{x} =3.33, DT=.769; >25: \bar{x} =3.21, DT=.620; p =.021; f =.149; PE =.878). Tanto respecto al género como a la edad, los tamaños del efecto son bajos, aunque presentan una potencia estadística alta.

Dimensión personal-actitudinal

Las estrategias activadas frente a una supuesta FN pueden condicionar las conductas de los sujetos y convertirlos en víctimas de fraudes o manipulación (Lozano-Blasco et al., 2023). Por ello, es pertinente conocer sus reacciones y analizar cómo se enfrentan a estos desafíos, para determinar sus debilidades e intentar subsanarlas. Así, se observa que un 26.9% afirma ignorar las FN siempre, solo un 23.2% las lee y busca más información en la red, un 17.9% las contrasta con otros medios y un 14.2% las consulta con otras personas. Además, es reseñable que el 72.9% confiesa que nunca u ocasionalmente comprueban la fuente o autoría de las noticias recibidas (Tabla 7).

Tabla 7

Estadísticos descriptivos sobre las reacciones ante una posible FN y diferencias según el género

Reacciones	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
La ignoro/no la leo	2.84	.904	2.85	.919	2.80	.862	.520	.056	.150
La leo entera	1.88	.829	1.90	.845	1.85	.771	.830	.061	.160
Compruebo su fuente o autoría	1.93	.961	1.91	.965	1.98	.931	.331	.074	.185
Verifico el link	1.64	.939	1.63	.942	1.64	.931	.772	.011	.102
La consulto con otras personas	2.50	.923	2.60	.918	2.16	.866	.000	.477	.988
Busco más información en la red	2.71	.961	2.73	.972	2.61	.916	.167	.127	.341
La contrasto con otros medios	2.46	.999	2.47	.999	2.45	1.000	.838	.020	.106

Fuente. Elaboración propia.

Al contrastar las medias se encuentran diferencias significativas respecto al género y la edad. Las mujeres suelen consultar más las noticias recibidas con otras personas. Y los mayores de 25 años comprueban la fuente o autoría con mayor frecuencia (18-19: \bar{x} =1.83, DT=.964; 20-21: \bar{x} =1.89, DT=.948; 22-23: \bar{x} =2.03, DT=.958; 24-25: \bar{x} =1.93, DT=.939; >25: \bar{x} =2.48 y DT=.911; p =.005; f =.154; PE=.896); e igualmente, verifican en mayor medida el *link* (18-19: \bar{x} =1.46, DT=.871; 20-21: \bar{x} =1.60, DT=.895; 22-23: \bar{x} =1.72, DT=.944; 24-25: \bar{x} =1.91, DT=1.041; >25: \bar{x} =2.17, DT=1.167; p <.000; f =.194; PE=.984). En ambos casos se han obtenido tamaños del efecto bajos, aunque niveles de potencia estadística altos.

Además, se observa que los sujetos que consideran estar muy cualificados para detectar FN contrastan en mayor medida la fuente o autoría, a diferencia de los que dicen carecer de esa formación (ninguna: \bar{x} =1.71, DT=.920; poca: \bar{x} =1.90, DT=.944; bastante: \bar{x} =2.20, DT=.923; mucha: \bar{x} =2.54, DT=1.030; p <.000; f =.198; PE=.992); e igualmente verifican el *link* (ninguna: \bar{x} =1.45, DT=.857; poca: \bar{x} =1.57, DT=.873; bastante: \bar{x} =1.90, DT=1.030; mucha: \bar{x} =2.46, DT=1.191; p <.000; f =.217; PE=.998), y contrastan la información con otros medios (ninguna: \bar{x} =2.22, DT=1.030; poca: \bar{x} =2.46, DT=.992; bastante: \bar{x} =2.70, DT=.902; mucha: \bar{x} =2.92, DT=1.115; p =.001; f =.176; PE=.971). Respecto al nivel de formación también se constata que los tamaños del efecto resultan pequeños y los niveles de potencia estadística altos.

En ese mismo sentido, se les preguntó por las razones más habituales que les impulsan a difundir una noticia sin verificar. Con ello se buscaba inferir el tipo de conductas que presentan: irreflexivas o meditadas, producto de la inmediatez o de una intención calibrada, etc., e identificar los riesgos implícitos de ello. En la Tabla 8 se muestran las razones que aducen para compartir información no contrastada, donde destacan las de carácter emocional, casi siempre asociadas al impacto generado (73.5%) o la preocupación suscitada (67.7%).

Tabla 8

Estadísticos descriptivos sobre las razones por las que difunden noticias sin contrastar y diferencias según el género

Razones	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Puede ser útil para otros	2.59	.781	2.63	.782	2.48	.776	.073	.192	.587
Se relaciona con mis intereses	2.71	.793	2.73	.786	2.65	.824	.250	.099	.252
Me preocupa	2.82	.747	2.86	.775	2.67	.624	.007	.254	.793
Me impacta	2.95	.800	2.99	.811	2.83	.749	.030	.200	.615
Me divierte	2.50	.949	2.44	.951	2.76	.895	.001	.337	.947
Coincide con mi forma de pensar	2.42	.936	2.41	.947	2.45	.894	.720	.043	.130
Refuerza mis convicciones ideológicas	2.40	.989	2.40	.992	2.42	.981	.887	.020	.106

Fuente. Elaboración propia.

El contraste de medias entre las razones aducidas para difundir noticias sin contrastar y la variable género ofrece diferencias significativas. Las mujeres, a diferencia de sus compañeros, alegan difundirlas -sin verificarlas previamente- movidas por la preocupación que les genera, y por el impacto que les suscita; mientras que los hombres las difunden más por entretenimiento y diversión. En cuanto al nivel de formación recibida para detectar FN, los más cualificados indican, a diferencia de los que lo están menos, que lo hacen por diversión (ninguna: $\bar{x}=2.33$, $DT=.971$; poca: $\bar{x}=2.50$, $DT=.934$; bastante: $\bar{x}=2.68$, $DT=.917$; mucha: $\bar{x}=2.77$, $DT=1.092$; $p=.035$; $f=.131$; $PE=.818$). Así, según el género, las razones de la difusión de las FN presentan un tamaño del efecto pequeño y una potencia estadística elevada o media; mientras que en función al nivel de formación el tamaño del efecto es reducido, pero la potencia estadística es alta.

Dimensión ética

Saber discernir las *motivaciones que impulsan la creación de las FN* es una habilidad que implica desentrañar lo que subyace tras la mentira encubierta, y permite a los sujetos estar alerta frente a sus trampas. La Tabla 9 presenta la opinión de los encuestados sobre los motivos que originan este tipo de información falaz, así el 94.3% está convencido que se crean mayormente para manipular, y en proporciones similares, el 92.9% considera que las FN son creadas por entidades para incrementar su audiencia y/o consumidores.

Tabla 9

Estadísticos descriptivos sobre los motivos por los que consideran que se generan las FN y diferencias según el género

Motivos	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Ganar audiencia/visitantes/clicks	3.55	.666	3.58	.626	3.43	.783	.082	.212	.657
Generar controversia	3.20	.744	3.25	.727	3.07	.787	.033	.242	.757
Manipular o influir	3.58	.616	3.64	.580	3.40	.701	.000	.390	.983
Intereses económicos	3.35	.759	3.39	.754	3.21	.763	.009	.237	.742
Alarma social	3.24	.756	3.32	.747	2.97	.730	.000	.463	.998
Desacreditar la imagen de alguien/algo	3.27	.739	3.30	.726	3.18	.785	.157	.159	.457
Enmascarar otras noticias	3.22	.789	3.28	.756	3.02	.861	.003	.330	.939

Fuente. Elaboración propia.

Sus opiniones difieren significativamente según el género y la edad tras contrastar las medias. Las mujeres creen que las FN se crean para generar controversia, manipular o influir, lucrarse, suscitar alarma social, y/o enmascarar otras noticias. Se observa un tamaño del efecto pequeño, mientras que la potencia estadística resulta media o alta.

Igualmente, los de 22-23 y 24-25 años aluden a la manipulación (18-19: \bar{x} =3.37, DT=.699; 20-21: \bar{x} =3.66, DT=.563; 22-23: \bar{x} =3.71, DT=.498; 24-25: \bar{x} =3.71, DT=.506; >25: \bar{x} =3.69, DT=.660; p <.000; f =.238; PE=.999) y/o el lucro económico (18-19: \bar{x} =3.16, DT=.817; 20-21: \bar{x} =3.36, DT=.744; 22-23: \bar{x} =3.56, DT=.592; 24-25: \bar{x} =3.53, DT=.786; >25: \bar{x} =3.45, DT=.736; p <.000; f =.200; PE=.988). Además, los mayores de 25 años puntualizan que buscan provocar alarma social (18-19: \bar{x} =3.02, DT=.768; 20-21: \bar{x} =3.31, DT=.718; 22-23: \bar{x} =3.40, DT=.728; 24-25: \bar{x} =3.29, DT=.787; >25: \bar{x} =3.48, DT=.738; p <.000; f =.210; PE=.994) y/o enmascarar otras noticias (18-19: \bar{x} =3.06, DT=.781; 20-21: \bar{x} =3.24, DT=.787; 22-23: \bar{x} =3.31, DT=.813; 24-25: \bar{x} =3.36, DT=.743; >25: \bar{x} =3.52, DT=.688; p <.000; f =.162; PE=.924). Estas diferencias en función de la edad generan tamaños del efecto pequeños aunque potencias estadísticas altas.

Para los encuestados, los principales responsables de la viralización de las FN son los periodistas, seguidos de los influencers y de la propia ciudadanía (Tabla 10).

Tabla 10

Estadísticos descriptivos sobre los responsables de la viralización de las FN y diferencias según el género

Responsables	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Ciudadanía	3.19	.721	3.25	.671	2.98	.846	.003	.374	.976
Influencers	3.23	.736	3.24	.711	3.19	.820	.827	.065	.167
Pseudoespecialistas	2.78	.832	2.78	.821	2.76	.866	.911	.024	.109
Políticos	3.07	.849	3.08	.848	3.01	.851	.374	.082	.206
Periodistas	3.41	.777	3.39	.775	3.45	.785	.298	.077	.192

Fuente. Elaboración propia.

El contraste de medias según el género y la edad arroja diferencias significativas. Las mujeres culpabilizan a la ciudadanía de la divulgación de FN. Por otro lado, los de 24-25 años responsabilizan a los periodistas (18-19: \bar{x} =3.28, DT=.863; 20-21: \bar{x} =3.38, DT=.733; 22-23: \bar{x} =3.57, DT=.728; 24-25: \bar{x} =3.58, DT=.621; >25: \bar{x} =3.52, DT=.785; p =.009; f =.150; PE =.879), seguidos de los políticos (18-19: \bar{x} =2.91, DT=.866; 20-21: \bar{x} =3.07, DT=.840; 22-23: \bar{x} =3.23, DT=.839; 24-25: \bar{x} =3.31, DT=.763; >25: \bar{x} =3.07, DT=.842; p =.011; f =.157; PE =.907); y pseudoespecialistas (18-19: \bar{x} =2.60, DT=.832; 20-21: \bar{x} =2.78, DT=.806; 22-23: \bar{x} =2.93, DT=.879; 24-25: \bar{x} =3.00, DT=.769; >25: \bar{x} =2.93, DT=.753; p =.006; f =.169; PE =.945). Si bien los tamaños del efecto de ambas variables son bajos, la potencia estadística es elevada.

Dimensión lógico-argumentativa

La capacidad para discernir la tipología de FN que reciben estos jóvenes a través de las RRSS es determinante para detectarlas y no convertirse en víctimas de la desinformación (López-Flamarique & Planillo, 2021). Por ello, se les pidió que clasificaran el tipo de FN que reciben con mayor frecuencia. Así, el 73.3% afirma que en su mayoría es información no probada creada para engañar o manipular, y un 70.9% señala ser víctima del *clickbait*, es decir, reciben noticias con titulares, imágenes o subtítulos ajenos al asunto que tratan con el fin de ganar visitantes o audiencia (Tabla 11).

Tabla 11

Estadísticos descriptivos sobre el tipo de FN recibidas y diferencias según el género

Noticias falsas más frecuentes	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Información en tono humorístico o satírico	2.55	.757	2.54	.761	2.60	.737	.297	.080	.200
Información fuera de contexto	2.68	.750	2.67	.761	2.69	.707	.961	.027	.112
Titulares, imágenes o subtítulos ajenos al asunto tratado (<i>clickbait</i>)	2.93	.844	2.94	.863	2.88	.777	.356	.073	.183
Información/imagen con encuadre falaz o tergiversado	2.66	.790	2.69	.812	2.54	.708	.031	.190	.578
Información no probada creada para engañar o manipular	3.00	.798	3.02	.805	2.91	.775	.121	.139	.384

Fuente. Elaboración propia.

Al analizar los contrastes de medias se observan diferencias estadísticamente significativas según el género, pero el tamaño del efecto y la potencia estadística no alcanzan valores mínimos, por lo que son despreciables. Sin embargo, respecto a la edad, los mayores de 25 años reconocen recibir noticias, información o imágenes con encuadres falaces o tergiversados (18-19: \bar{x} =2.48, DT=.766; 20-21: \bar{x} =2.77, DT=.775; 22-23: \bar{x} =2.63, DT=.861; 24-25: \bar{x} =2.76, DT=.712; >25: \bar{x} =2.86, DT=.743; p =.004; f =.169; PE=.944), también manifiestan recibir información no probada creada para engañar o manipular (18-19: \bar{x} =2.83, DT=.815; 20-21: \bar{x} =3.12, DT=.735; 22-23: \bar{x} =3.06, DT=.827; 24-25: \bar{x} =2.89, DT=.885; >25: \bar{x} =3.17, DT=.711; p =.004; f =.166; PE=.937). Se constata que el tamaño del efecto de esta variable es pequeño, aunque la potencia estadística resulta alta.

Por otra parte, desde una perspectiva educativa, y ante el aluvión de FN que inundan las RRSS -hoy amplificado por la IA- se precisa conocer qué elementos priorizan estos jóvenes para otorgar credibilidad a la información recibida, y con ello, detectar sus lagunas para reconducir sus estrategias. Así, el 84.1% cree la información avalada por especialistas o entidades reconocidas, y un 71.1% da más credibilidad a las noticias que vienen acompañadas de evidencias gráficas, incluyendo imágenes o vídeos reales (Tabla 12).

Tabla 12

Estadísticos descriptivos sobre los elementos que priorizan para dar credibilidad a una noticia y diferencias según el género

Elementos de credibilidad	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Sostenido por un especialista o entidad reconocida	3.16	.740	3.20	.711	3.05	.825	.120	.194	.595
Apoyado en testimonios	2.88	.760	2.94	.733	2.69	.817	.002	.329	.938
Incluye imágenes/vídeos reales	2.93	.800	2.96	.800	2.83	.792	.092	.163	.475
No genera controversia	2.24	.851	2.26	.862	2.17	.813	.335	.107	.276

Fuente. Elaboración propia.

Las diferencias entre las medias arrojan diferencias significativas según el género y la edad. Las mujeres otorgan mayor credibilidad a las noticias apoyadas en testimonios. Los mayores de 25 años dotan de mayor credibilidad a noticias sostenidas por especialistas o entidades reconocidas (18-19: $\bar{x}=3.09$, DT=.736; 20-21: $\bar{x}=3.19$, DT=.680; 22-23: $\bar{x}=3.27$, DT=.827; 24-25: $\bar{x}=2.98$, DT=.812; >25: $\bar{x}=3.34$, DT=.670; $p=.031$; $f=.125$; PE=.740). Si bien el tamaño del efecto ocasionado por el género es pequeño, la potencia estadística es grande, y de forma similar sucede respecto a la edad.

Dimensión expresivo-comunicativa

Para ser capaz de identificar la veracidad de una noticia se requiere activar ciertas estrategias para no ser víctima de engaños. Por ello, se les preguntó por los *elementos que* consideran claves para corroborar una información y garantizar su certeza. Obviamente, la mala redacción y la presencia de errores ortográficos y/o gramaticales son los factores que hacen cuestionar la veracidad de una noticia *a priori* (88.2%), seguido de los titulares impactantes ajenos al contenido real (84.7%) (Tabla 13).

Tabla 13

Estadísticos descriptivos sobre los elementos que hacen cuestionar la veracidad de una noticia y diferencias según el género

Elementos cuestionables	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Autoría inexistente	3.06	.823	3.07	.829	3.00	.806	.316	.086	.214
Fecha de publicación omitida	2.72	.862	2.72	.883	2.73	.785	.806	.012	.102
Fuente no oficial	3.19	.758	3.23	.756	3.07	.761	.029	.211	.655
Datos de gran impacto social/alarma/polémica	2.76	.787	2.78	.791	2.69	.775	.181	.115	.300
Titular impactante sin relación con el contenido	3.25	.768	3.28	.761	3.13	.785	.057	.194	.592
Utiliza un tono discriminatorio u ofensivo	3.23	.818	3.29	.798	3.01	.851	.001	.342	.952
Mala redacción y/o errores ortográficos y gramaticales	3.48	.758	3.53	.719	3.30	.863	.006	.303	.902

Fuente. Elaboración propia.

A este respecto, prevalecen las diferencias atendiendo al género y la edad. Las mujeres dudan de las noticias que no proceden de fuentes oficiales, de las que tienen un tono discriminatorio, y de las mal redactadas. En los tres casos el tamaño del efecto es bajo, solo en el primer caso viene acompañado de una potencia estadística pequeña, mientras que en los otros es grande. Por su parte, los universitarios de 22-23 años sospechan de las noticias escritas en tono discriminatorio u ofensivo (18-19: $\bar{x}=3.03$, $DT=.853$; 20-21: $\bar{x}=3.27$, $DT=.841$; 22-23: $\bar{x}=3.39$, $DT=.680$; 24-25: $\bar{x}=3.33$, $DT=.826$; >25: $\bar{x}=3.35$, $DT=.677$; $p=.004$; $f=.174$; $PE=.954$). De forma similar, el tamaño del efecto de la variable edad es bajo, pero la potencia estadística resulta alta.

Formación y demandas

Esta investigación evidencia que un alarmante 76.7% de los universitarios no ha recibido formación específica para detectar las FN en las RRSS, la mayoría generadas por la IA. El contraste de medias entre el nivel de preparación que dicen poseer para identificarlas y la variable género, arrojan diferencias significativas. Así, las mujeres son más críticas que los hombres respecto a sus lagunas formativas (mujeres: $\bar{x}=1.97$, $DT=.699$; hombres: $\bar{x}=2.19$, $DT=.840$; $p=.014$; $d=.299$; $PE=.893$). El tamaño del efecto de estas diferencias es reducido; sin embargo, la potencia estadística es elevada.

Conscientes de su limitada formación, se les preguntó por la importancia que otorgan a determinados contenidos formativos para enfrentarse a las FN, donde se constata su preocupación por contar con pautas para reconocer fuentes fiables y claves para analizar críticamente el mensaje y la forma de la información recibida (Tabla 14).

Tabla 14

Estadísticos descriptivos sobre la importancia asignada a determinados contenidos formativos y diferencias según el género

Contenidos formativos	Total		Mujeres		Hombres		p	d	PE
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT			
Alfabetización visual	2.96	.777	3.00	.763	2.83	.813	.040	.219	.682
Proceso de construcción de noticias falsas	2.92	.708	2.95	.706	2.83	.711	.118	.169	.498
Pautas para contrastarlas	3.11	.788	3.12	.785	3.07	.803	.524	.063	.162
Reconocimiento de fuentes fiables	3.28	.734	3.33	.703	3.12	.818	.011	.286	.870
Claves para detectar intereses e intenciones ocultas	3.15	.748	3.19	.716	2.99	.842	.024	.267	.827
Análisis crítico: mensaje y forma	3.17	.770	3.21	.757	3.02	.796	.014	.247	.771
Discriminación de las estrategias para la captación de audiencias	2.97	.780	3.03	.766	2.75	.788	.001	.359	.966
Responsabilidad y repercusión social de los medios	3.07	.774	3.11	.745	2.92	.833	.019	.245	.768
Cauces para defender los derechos de usuario/a	2.97	.780	3.03	.773	2.77	.772	.001	.337	.947
TOTAL	3.07	.883	3.00	.763	2.83	.813	.040	.216	.671

Fuente. Elaboración propia.

Las diferencias entre las medias son significativas, atendiendo a las variables género, edad y nivel de preparación recibido para detectar FN. Las mujeres otorgan mayor importancia a la alfabetización visual, el reconocimiento de fuentes fiables, las claves para identificar intereses e intenciones ocultas, pautas para el análisis crítico del mensaje y forma de la información, estrategias para captar audiencias, así como conocer los derechos de los consumidores, deberes de los medios y su repercusión social, cuyo tamaño del efecto es bajo y la potencia estadística medio-alta.

Los encuestados de 24-25 años priorizan la alfabetización visual (18-19: $\bar{x}=2.87$, $DT=.765$; 20-21: $\bar{x}=2.91$, $DT=.770$; 22-23: $\bar{x}=3.11$, $DT=.827$; 24-25: $\bar{x}=3.16$, $DT=.673$; >25: $\bar{x}=3.00$, $DT=.802$; $p=.042$; $f=.135$; $PE=.806$). Junto al conocimiento de pautas para contrastar las noticias (18-19: $\bar{x}=2.99$, $DT=.812$; 20-21: $\bar{x}=3.07$, $DT=.769$; 22-23: $\bar{x}=3.28$, $DT=.780$; 24-25: $\bar{x}=3.33$, $DT=.707$; >25: $\bar{x}=3.17$, $DT=.805$; $p=.007$; $f=.154$; $PE=.897$). Y las claves para detectar intereses e intenciones ocultas (18-19: $\bar{x}=3.00$, $DT=.783$; 20-21: $\bar{x}=3.11$, $DT=.767$; 22-23: $\bar{x}=3.30$, $DT=.628$; 24-25: $\bar{x}=3.38$, $DT=.684$; >25: $\bar{x}=3.31$, $DT=.712$; $p=.003$; $f=.178$; $PE=.962$).

Por su parte, los de 22-23 años asignan mayor importancia a contenidos que ayuden a desentrañar el proceso de construcción de las FN (18-19: $\bar{x}=2.80$, $DT=.660$; 20-21: $\bar{x}=2.89$, $DT=.686$; 22-23: $\bar{x}=3.14$, $DT=.766$; 24-25: $\bar{x}=3.04$, $DT=.706$; >25: $\bar{x}=2.93$, $DT=.799$; $p=.002$; $f=.173$; $PE=.954$); reconocer fuentes fiables (18-19: $\bar{x}=3.18$, $DT=.738$; 20-21: $\bar{x}=3.25$, $DT=.742$; 22-23: $\bar{x}=3.49$, $DT=.674$; 24-25: $\bar{x}=3.44$, $DT=.659$; >25: $\bar{x}=3.17$, $DT=.848$; $p=.004$; $f=.163$; $PE=.929$); e indagar sobre la responsabilidad y repercusión social de los medios (18-19: $\bar{x}=2.90$, $DT=.798$; 20-21: $\bar{x}=3.13$, $DT=.733$; 22-23: $\bar{x}=3.25$, $DT=.730$; 24-25: $\bar{x}=3.00$, $DT=.853$; >25: $\bar{x}=3.14$, $DT=.743$; $p=.004$; $f=.170$; $PE=.946$). Al igual que en anteriores ocasiones, el tamaño del efecto es bajo; sin embargo, la potencia estadística es elevada.

Si se contrastan sus opiniones en función de la formación recibida para detectar las FN, se observa que los que se consideran más cualificados otorgan mayor importancia a reconocer fuentes fiables (ninguna: $\bar{x}=3.08$, $DT=.815$; poca: $\bar{x}=3.23$, $DT=.710$; bastante: $\bar{x}=3.28$, $DT=.682$; mucha: $\bar{x}=3.37$, $DT=.862$; $p=.002$; $f=.104$; $PE=.637$).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La H1 se pudo confirmar a partir de la pregunta inicial: “¿se consideran los jóvenes cualificados para afrontar los retos planteados por la viralización de FN en RRSS y la irrupción de la IA?”. Se obtuvieron respuestas preocupantes: tan solo una cuarta parte afirma tener un buen nivel de formación previa para enfrentarse a las FN y casi la mitad considera que no cuenta con la preparación suficiente. Estos datos evidencian sus lagunas y vulnerabilidad, así como el riesgo que implican, pues se encuentran a merced de los manipuladores, al asumir las FN como verdaderas y compartirlas sin reflexionar. Estos resultados constituyen unos hallazgos valiosos que abren nuevos horizontes educativos para minimizar las carencias detectadas y proporcionarles estrategias acordes a los desafíos derivados de la emergencia de la IA y la difusión de FN en RRSS, al igual que concluyen Aboualola et al. (2023).

Un análisis profundo de los datos recabados permite conocer las estrategias, ligadas a las dimensiones del pensamiento crítico, activadas por los encuestados frente a las FN que reciben. Así, respecto a la *dimensión cognitiva*, la mayoría

de los universitarios acierta al definir lo que son las FN, identificándolas con la desinformación, manipulación, información falaz o bulos, en pro de determinados intereses, apelando al sensacionalismo y al miedo, provocando un estado de inseguridad y alarma en la ciudadanía. Se puede afirmar que saben definir las a nivel teórico, pero se advierten sus dificultades para discriminarlas a tenor de sus demandas formativas.

Tras constatar que hay uniformidad entre los encuestados para identificar las FN como noticias engañosas y distorsionadas, se refuta la H2, pues no las consideraban como noticias incompletas o sesgadas, por lo que algunos matices pueden condicionar la percepción de la información veraz. Este riesgo se potencia con el incremento de herramientas de IA que facilitan el tratamiento digital de texto, imágenes y vídeos con ánimo de manipular, lo que dificulta la discriminación entre realidad y ficción, predisponiéndoles a la duda sistemática, como señalan Ballesteros-Aguayo y Ruiz del Olmo (2024), o a la asimilación acrítica.

Por otro lado, los encuestados coinciden en asegurar que las FN abundan en el ámbito social y político -como se planteaba en la H3-, semejantes en cierta medida a los datos aportados de Catalina et al. (2019), reflejando como ámbitos prioritarios la política, los deportes y la economía. Además, los resultados de este estudio evidencian el sesgo respecto al género, si bien las mujeres señalan que las noticias de sociedad se ven más empañadas por las FN, quizá debido a sus hábitos de consumo en RRSS, al seguir a personajes populares e influencers, como señalan Gómez et al. (2020); mientras los hombres indican que hay más FN en las noticias deportivas, igualmente es probable que se deba a que sean las que más consumen, como recogen Espinar et al. (2020). Además, los mayores de 25 años consideran que la desinformación y los bulos son más frecuentes en noticias de salud, tal vez condicionados por el aluvión de FN sufrido durante la COVID-19 (Román et al., 2020). Así pues, las experiencias informativas y los centros de interés de los sujetos podrían estar influyendo en su percepción. Sin duda, los algoritmos de las RRSS y la IA proporcionan información a los sujetos acorde a sus perfiles, lo que les confina en una burbuja, como asevera Swart (2021).

Sus habilidades para discernir el tipo de FN recibido y otorgar credibilidad a una noticia, se asocian con la dimensión lógico-argumentativa del pensamiento crítico. Se confirma la H4 parcialmente, pues los rasgos que definen las FN -a su juicio- son el engaño, la distorsión y la descontextualización. De forma similar, los jóvenes se reconocen víctimas del *clickbait* y de engaños, al igual que apuntan Alcalá et al. (2021) y López et al. (2023), lo que les genera un estado de incertidumbre. En particular, las mujeres y los mayores de 25 años manifiestan recibir más noticias con encuadres falaces o tergiversados, por la intervención de la IA.

Asimismo, se constata la disparidad de criterios que los universitarios adoptan para dar credibilidad a las noticias que reciben según el género y la edad,

corroborando la H5, pues las mujeres confían más en las noticias apoyadas en testimonios, y los de mayor edad priman la información avalada por entidades reconocidas o especialistas, seguido de aquellas noticias que contienen imágenes o vídeos reales, como señalan Del Moral et al. (2021). Sin embargo, actualmente existen aplicaciones de IA diseñadas específicamente para manipular las “evidencias” gráficas, lo que pone en riesgo su capacidad para discriminar su autenticidad, e incluso abocarles a un escepticismo generalizado.

Una de las estrategias intrínsecas a la dimensión personal-actitudinal- que priman las mujeres es el contraste de la noticia con sus amistades, igual que concluyen Valencia et al. (2022). Como era de esperar, los sujetos de mayor edad se muestran más críticos y concienciados, destacan por su madurez y actitud reflexiva, comprueban la fuente y verifican el *link*. Por contra, las estrategias de los más jóvenes no les permiten discernir la veracidad de las noticias recibidas, predisponiéndoles a la manipulación. Además, estas reacciones ante las FN están en consonancia con el nivel de cualificación que consideran haber recibido para detectarlas. Los más preparados suelen comprobar la fuente, verificarlas y cotejarlas en otros medios. En este sentido, se pronuncian Nazari et al. (2022), tras analizar el consumo y las conductas de jóvenes ante las FN, señalando la importancia de contrastar la información para no ser engañados (Bronstein et al., 2021), ni viralizar bulos y comprobar la fuente de origen, como subrayan Tandoc et al. (2023).

Sus estrategias, para verificar la información recibida y garantizar su certeza, se relacionan con la dimensión expresivo-comunicativa del pensamiento crítico. La presencia de errores ortográficos y gramaticales, seguida de titulares impactantes ajenos al contenido real, son indicadores básicos que les hace cuestionar la veracidad de las noticias recibidas. Se trata de elementos obvios que son reconocibles a simple vista, sin embargo los universitarios no reparan en la fecha de publicación que -a menudo- es un factor clave para manipular la información. Las mujeres cuestionan en mayor medida las noticias que no proceden de fuentes oficiales, presentan un tono discriminatorio o están mal redactadas. Por ello, se infiere la necesidad de incidir en estos aspectos, como señalan Valencia et al. (2022), y acometer un plan de formación dirigido a los más jóvenes para dotarles de estrategias para contrastar y verificar la información recibida, como señalan Alcalá et al. (2021), y sean cautelosos frente a los desafíos que plantea la IA.

Al relacionar sus respuestas con la dimensión ética del pensamiento crítico, se observa que los jóvenes conocen los motivos que impulsan la creación de FN, pues están convencidos de que se diseñan para manipular, engañar e influir, ya sea por razones económicas o ideológicas, e incluso para polarizar a la audiencia, con lo que se confirma la H6. Las mujeres destacan por un mayor espíritu crítico, puntualizan que los creadores de FN buscan incrementar las audiencias, influir, lucrarse, suscitar alarma social y enmascarar otras noticias, como recogen Gómez

et al. (2020). Asimismo, los mayores apuntan motivos semejantes, demostrando ser más conscientes de los peligros que conlleva la viralización al direccionar la mirada del espectador para enmascarar otras noticias.

Por contraposición a la H7, los universitarios culpabilizan a los periodistas como máximos responsables de la creación y difusión de las FN, seguidos de los influencers y la ciudadanía en general. Además, al preguntarles por las razones por las que ellos comparten información sin contrastar, se descubren conductas irreflexivas, a menudo fruto de la inmediatez, aunque algunos son más prudentes y calibran su repercusión. Sus reacciones están condicionadas por la carga emocional de algunas noticias, y la viralización se relaciona con la intención de concienciar a sus amistades, particularmente cuando los mensajes reflejan sus percepciones y creencias, como señalan Castells et al. (2022), confirmando la H8. Las mujeres difunden información sin verificar movidas por la preocupación generada y su impacto, mientras que los hombres alegan divertirse con ello, sin cuestionamiento ético.

Así pues, las estrategias asociadas al pensamiento crítico que adoptan los universitarios frente a las FN que reciben, son insuficientes y deben ser reforzadas desde el ámbito educativo. Conocen los riesgos, pero no saben reaccionar de forma adecuada. Sin duda, en la era de la postverdad, se requiere una formación que les prepare para ello. Concretamente, sus prioridades apuntan a la necesidad de conocer pautas para identificar fuentes fiables, analizar el contenido y la forma de las noticias y claves para detectar los intereses e intenciones ocultas que las alientan. Así pues, debería apostarse por la alfabetización visual -como corroboran Dumitru et al. (2022) y Pérez-Escoda et al. (2022)-.

La relevancia que los encuestados otorgan a determinados contenidos formativos, puede ayudar a inferir las claves para diseñar una posible intervención educativa que les evite convertirse en víctimas de la desinformación. Esta debe incidir en el reconocimiento de fuentes fiables, detección de estrategias mediáticas para captar audiencias, discernimiento del papel de los medios y su repercusión social, conocimiento de los derechos y deberes del consumidor y las fórmulas para defenderse de engaños, asunción de su responsabilidad para no ser cómplices de la viralización, etc. Indudablemente, estas propuestas deben contribuir a desarrollar diferentes estrategias asociadas a las dimensiones del pensamiento crítico, que les cualifiquen ante la sofisticación de las herramientas de IA y les prevengan del riesgo de manipulación.

La aportación más destacada de esta investigación es que vislumbra y concreta las líneas de intervención educativa para la detección de FN, que se erige como más necesaria en la actualidad a tenor de la irrupción de la IA en la esfera digital. Además, se identifican las estrategias asociadas a las dimensiones del pensamiento crítico que son fundamentales para formar a los ciudadanos en un escenario donde la incertidumbre impera. Si bien hay que señalar que se presenta un análisis ligado

a unos contextos universitarios determinados, por lo que sería recomendable explorar en otros niveles educativos, con la intención de diagnosticar sus lagunas formativas e intervenir oportunamente para garantizar la capacidad crítica de las futuras generaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aboualola, M., Abualsaud, K., Khattab, T., Zorba, N., & Hassanein, H.S. (2023). Edge technologies for disaster management: A survey of social media and artificial intelligence integration. *IEEE Access*. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3293035>
- Acosta, Y.J. (2021). Aportes de la psicología social en el estudio de las fake news. *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 196, 87-93. <http://bit.ly/ws/z6Yj>
- Alcalá, M., Alcolea, G., & Navarro, N. (2021). Factores de credibilidad e interés de las noticias en el paisaje (des)informativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 739-751. <https://doi.org/10.5209/esmp.71280>
- Alenikov, A.V., Miletskiy, V.P., Pimenov, N.P., & Strebkov, A.I. (2019). The “Fake-News” Phenomenon and Transformation of Information Strategies in the Digital Society. *Scientific and Technical Information Processing*, 46, 117-122. <https://doi.org/10.3103/S0147688219020126>
- Ballesteros-Aguayo, L. & Ruiz del Olmo, F.J. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: el deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1-14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>
- Batailler, C., Brannon, S.M., Teas, P.E., & Gawronski, B. (2022). A signal detection approach to understanding the identification of fake news. *Perspectives on Psychological Science*, 17(1), 78-98. <https://doi.org/10.1177/1745691620986135>
- Britt, M.A., Rouet, J.F., Blaum, D., & Millis, K. (2019). A reasoned approach to dealing with fake news. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(1), 94-101. <https://doi.org/10.1177/2372732218814855>
- Bronstein, M.V., Pennycook, G., Buonomano, L., & Cannon, T.D. (2021). Belief in fake news, responsiveness to cognitive conflict, and analytic reasoning engagement. *Thinking & Reasoning*, 27(4), 510-535. <https://doi.org/10.1080/13546783.2020.1847190>
- Carifio, J., & Perla, R. (2008). Resolving the 50-year debate around using and misusing Likert scales. *Medical Education*, 42, 1150-1152. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.2008.03172.x>

- Castells, N., García, M., Miralda, A., Luna, J., & Pérez, E. (2022). El razonamiento de los adolescentes para gestionar las noticias falsas. *Educación XX1*, 25(2), 291-313. <https://doi.org/10.5944/educxx1.31693>
- Catalina, B., Sousa, J.P., & Sousa, L.C. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93-115. <http://dx.doi.org/10.26441/rc18.2-2019-a5>
- Chambers, S. (2021). Truth, deliberative democracy, and the virtues of accuracy: is fake news destroying the public sphere? *Political Studies*, 69(1), 147-163. <https://doi.org/10.1177/00323217198908>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Lawrence Earlbaum Associates.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2011). *Research methods in education*. Routledge.
- Del Moral, M.E., Bellver, M.C., Guzman, A., & López-Bouzas, N. (2021). Concienciación juvenil frente al COVID-19 en España y Latinoamérica: análisis de spots en YouTube. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 23-49. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1510>
- Dumitru, E.A., Ivan, L., & Loos, E. (2022). A generational approach to fight fake news: In search of effective media literacy training and interventions. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 291-310). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05581-2_22
- Ennis, R.H. (1985). A logical basis for measuring critical thinking skills. *Educational Leadership*, 43(2), 44-48.
- Espinar, E., González, C., & Martínez, R. (2020). Análisis del consumo de noticias entre estudiantes de la Universidad de Alicante. *Convergencia*, 27, 1-25. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.13286>
- García-Peñalvo, F.J., Llorens-Largo, F., & Vidal, J. (2024). La nueva realidad de la educación ante los avances de la inteligencia artificial generativa. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 27(1), 9-39. <https://doi.org/10.5944/ried.27.1.37716>
- Gómez de Ágreda, Á., Feijoó, C.A., & Salazar, I.A. (2021). Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. Deep fakes e inteligencia artificial. *El Profesional de la Información*, 30(2), 1-24. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.16>
- Gómez, B., Córdoba, A., & Méndez, A. (2020). Jóvenes y fake news. Un análisis sociodemográfico aplicado al caso andaluz. *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, 17, 481-504. <http://doi.org/10.12795/IC.2020.i01.21>

- Hernández, L. (2020). Desinformación: no es sinónimo de *fake news*. *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 189, 29-34.
- Karen, A., Christopher, M., Qomariyah, N.N., Manuaba, I.B.K., & Anom, A.K. (2023). Clarifact-AI: Detecting Fake News in Indonesian Language with Natural Language Processing Using BiLSTM and IndoBERT Models. In *2023 10th International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)* (pp. 1-6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICISS59129.2023.10291714>
- Kondamudi, M. R., Sahoo, S. R., Chouhan, L., & Yadav, N. (2023). A comprehensive survey of fake news in social networks: Attributes, features, and detection approaches. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 35(6), 101571. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2023.101571>
- López-Flamarique, M., & Planillo, S. (2021). El alumnado de educación secundaria frente a las noticias falsas: resultados de una intervención didáctica. *RELATEC. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 20(1), 39-56. <https://doi.org/10.17398/1695-288X.20.1.39>
- López, P. C., Mila, A., & Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022). *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 8, 69-89. <https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>
- Lozano-Blasco, R., Mira-Aladrén, M., & Gil-Lamata, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Comunicar*, 31, 1-13. <http://dx.doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Martín, A. & Buitrago, A. (2023). Valoración profesional del sector periodístico sobre el efecto de la desinformación y las fake news en el ecosistema mediático. *ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 21(1), 1-19. <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1933>
- Meso, K., Larrondo, A., & Peña, S. (2023). Algoritmos, inteligencia artificial y periodismo automatizado en el sistema híbrido de medios. *Textual & Visual Media*, 17(1), 1-6. <https://doi.org/10.56418/txt.17.1.2023.0>
- Nazari, Z., Oruji, M., & Jamali, H.R. (2022). News consumption and behavior of young adults and the issue of fake news. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 10(2), 1-16. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2022.10.2.1>
- Otero, I. (2022). Los cimientos de la Inteligencia Artificial en el sistema productivo de contenidos periodísticos automatizados. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(1), 15-35. <https://doi.org/10.17979/redma.2022.26.1.9056>
- Paul, R., & Elder, L. (2007). *A Guide for Educators to Critical Thinking Competency Standards: Standards, Principles, Performance Indicators, and Outcomes with a Critical Thinking Master Rubric*. Rowman & Littlefield Publishers/The Foundation for Critical Thinking. <https://bit.ly/33C9qaB>

- Pérez-Escoda A., Ortega E., & Pedrero L.M. (2022) Alfabetización digital para combatir las fake news: Estrategias y carencias entre los/as universitarios/as. *Revista Prisma Social*, 38, 221-243. <https://revistaprimasocial.es/article/view/4696>
- Preston, S., Anderson, A., Robertson, D.J., Shephard, M. P., & Huhe, N. (2021). Detecting fake news on Facebook: The role of emotional intelligence. *Plos One*, 16(3), e0258719. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246757>
- Román, A., Sánchez, N., & Zambrano, R. (2020). Las fake news durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 359-391. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1481>
- Sádaba-Chalezquer, M., & Salaverría-Aliaga, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Samuel-Azran, T., & Hayat, T. (2019). La credibilidad de las noticias digitales: El vínculo es más impactante que la fuente. *Comunicar*, 60(27), 71-80. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-07>
- Sánchez-Mendiola, M., & Carbajal, E. (2023). La inteligencia artificial generativa y la educación universitaria. *Perfiles Educativos*, 45(Especial), 70-86. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2023.Especial.61692>
- Singh, M.K., Ahmed, J., Alam, M.A., Raghuvanshi, K.K., & Kumar, S. (2023). A comprehensive review on automatic detection of fake news on social media. *Multimedia Tools and Applications*, 1-34. <https://doi.org/10.1007/s11042-023-17377-4>
- Sülflow, M., Schäfer, S., & Winter, S. (2019). Selective attention in the news feed: An eye-tracking study on the perception and selection of political news posts on Facebook. *New Media & Society*, 21(1), 168-190. <https://doi.org/10.1177/1461444818791520>
- Swart, J. (2021). Experiencing algorithms: How young people understand, feel about, and engage with algorithmic news selection on social media. *Social Media + Society*, 7(2), 20563051211008828. <https://doi.org/10.1177/20563051211008828>
- Tandoc, E.C., Chong, J., Sian, C., Sei, J., & Kai, S. (2023). No “Me” in Misinformation: The Role of Social Groups in the Spread of, and Fight Against, Fake News. In *Mobile Communication and Online Falsehoods in Asia: Trends, Impact and Practice* (pp. 131-147). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-024-2225-2_8
- Valencia, A., Arango, D.M., Cardona, S., Paredes, S.S., & Gallegos, A. (2023). Understanding the Spread of Fake News: An Approach from the Perspective of Young People. *Informatics*, 10(2), 38. <https://doi.org/10.3390/informatics10020038>

- Villena, D. (2019). Era posverdad: Comunicación, política y filosofía. *Psicopraxia*, 1(1), 17-26. <https://philpapers.org/rec/SALEPC-3>
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wolfowicz, M., Weisburd, D., & Hasisi, B. (2023). Examining the interactive effects of the filter bubble and the echo chamber on radicalization. *Journal of Experimental Criminology*, 19(1), 119-141. <https://doi.org/10.1007/s11292-021-09471-0>

ANEXO

Tabla 1

Estadísticos descriptivos sobre los rasgos de una noticia falsa según género, edad y nivel de formación

		Incompleta	Sesgada	Contradictoria	Distorsionada	Engañosa	Descontextualizada
Mujeres	\bar{x}	2.88	2.97	3.05	3.55	3.67	3.29
	DT	.897	.837	.793	.582	.575	.726
	R	278.23	276.18	275.34	276.82	270.79	272.44
Hombres	\bar{x}	2.70	2.85	2.96	3.42	3.68	3.26
	DT	.833	.803	.746	.668	.566	.748
	R	245.89	253.01	255.94	250.80	271.72	265.99
Género	p	.034	.124	.196	.064	.941	.661
18-19 años	\bar{x}	2.64	2.64	2.94	3.41	3.59	3.11
	DT	.880	.827	.719	.663	.636	.774
	R	238.28	216.39	251.25	247.60	254.15	239.13
20-21	\bar{x}	2.84	2.97	2.98	3.54	3.71	3.34
	DT	.821	.751	.811	.568	.547	.702
	R	268.67	274.13	263.78	273.55	279.58	281.01
22-23	\bar{x}	3.21	3.28	3.26	3.61	3.76	3.44
	DT	.880	.792	.747	.530	.495	.656
	R	334.59	333.23	312.98	288.95	289.80	301.36
24-25	\bar{x}	2.82	3.04	2.91	3.58	3.60	3.27
	DT	.936	.903	.874	.621	.580	.780
	R	268.41	292.51	253.07	287.34	250.97	270.00
Más de 25	\bar{x}	2.86	3.31	3.34	3.69	3.76	3.45
	DT	.953	.761	.769	.604	.511	.632
	R	277.05	339.17	330.24	316.48	290.28	301.50
Edad	p	.000	.000	.002	.029	.073	.004
Ningún nivel formativo	\bar{x}	2.90	3.13	3.02	3.53	3.72	3.36
	DT	.975	.860	.820	.587	.484	.737
	R	284.47	307.85	269.11	271.70	277.33	287.99
Poco nivel formativo	\bar{x}	2.85	2.91	3.02	3.53	3.64	3.25
	DT	.854	.816	.775	.602	.608	.742
	R	271.17	262.98	268.76	273.52	266.72	264.53

		Incompleta	Sesgada	Contradictoria	Distorsionada	Engañosa	Descontextualizada
Bastante nivel formativo	\bar{x}	2.79	2.82	3.07	3.53	3.70	3.29
	DT	.857	.833	.784	.641	.579	.700
	R	260.78	250.51	277.87	275.78	279.82	270.94
Mucho nivel formativo	\bar{x}	2.77	3.15	3.31	3.31	3.69	3.38
	DT	1.013	.555	.630	.480	.480	.650
	R	264.96	303.88	320.65	208.38	267.00	287.42
Nivel formativo	p	.658	.008	.611	.399	.737	.468

Tabla 2

Estadísticos descriptivos sobre los ámbitos donde consideran que abundan las FN según género, edad y nivel de formación

		Cultura	Salud	Medioambiente	Sociedad	Economía	Política	Deportes
Mujeres	\bar{x}	2.65	3.06	2.66	3.53	3.21	3.61	2.40
	DT	.798	.749	.793	.623	.779	.637	.730
	R	274.79	275.08	269.67	281.73	275.34	269.35	255.35
Hombres	\bar{x}	2.58	2.96	2.69	3.31	3.12	3.65	2.78
	DT	.761	.810	.705	.671	.748	.588	.832
	R	257.84	256.83	275.61	233.76	255.93	276.74	322.97
Género	p	.258	.224	.692	.001	.195	.573	.000
18-19 años	\bar{x}	2.57	2.88	2.66	3.43	3.05	3.52	2.54
	DT	.793	.799	.808	.691	.835	.743	.795
	R	259.85	241.93	271.05	262.30	247.82	256.13	279.28
20-21	\bar{x}	2.66	3.03	2.60	3.53	3.20	3.68	2.37
	DT	.740	.723	.736	.629	.729	.530	.724
	R	276.72	268.69	257.03	282.19	269.88	280.34	250.70
22-23	\bar{x}	2.70	3.22	2.82	3.46	3.36	3.63	2.61
	DT	.870	.760	.730	.626	.746	.597	.777
	R	279.44	305.99	299.58	265.46	304.60	272.50	297.39
24-25	\bar{x}	2.64	3.18	2.73	3.58	3.33	3.73	2.51
	DT	.802	.747	.915	.543	.769	.539	.843
	R	273.39	297.36	285.54	288.84	299.33	296.17	271.99
Más de 25	\bar{x}	2.66	3.24	2.59	3.41	3.21	3.59	2.46
	DT	.769	.636	.682	.568	.620	.628	.744
	R	276.19	308.67	252.38	249.07	267.12	262.88	264.34
Edad	p	.791	.003	.161	.462	.021	.257	.094
Ningún nivel formativo	\bar{x}	2.64	3.05	2.64	3.49	3.23	3.58	2.55
	DT	.874	.753	.779	.626	.745	.658	.770
	R	272.19	274.02	264.62	272.87	278.66	265.31	284.31
Poco nivel formativo	\bar{x}	2.62	3.03	2.68	3.49	3.15	3.63	2.43
	DT	.771	.784	.781	.658	.795	.618	.739
	R	268.09	270.27	274.34	275.28	264.47	273.29	261.27

		Cultura	Salud	Medioambiente	Sociedad	Economía	Política	Deportes
Bastante nivel formativo	\bar{x}	2.68	3.05	2.63	3.44	3.26	3.63	2.53
	DT	.744	.702	.744	.625	.717	.613	.825
	R	278.79	272.24	264.62	260.05	282.95	274.07	276.93
Mucho nivel formativo	\bar{x}	2.77	3.08	3.15	3.62	3.15	3.69	2.77
	DT	.725	.954	.801	.506	.987	.630	.927
	R	296.88	288.08	358.19	295.69	276.27	291.69	323.08
Nivel formativo	p	.842	.974	.155	.705	.639	.867	.228

Tabla 3

Estadísticos descriptivos sobre las reacciones ante una posible FN según género, edad y nivel de formación

		La ignoro/ no la leo	La leo entera	Compruebo su fuente o autoría	Verifico el link	La consulto con otras personas	Busco más información en la red	La contrasto con otros medios
Mujeres	\bar{x}	2.85	1.90	1.91	1.63	2.60	2.73	2.47
	DT	.919	.845	.965	.942	.918	.972	.999
	R	273.21	271.72	267.69	27.09	287.09	275.77	271.71
Hombres	\bar{x}	2.80	1.85	1.98	1.64	2.16	2.61	2.45
	DT	.862	.771	.931	.931	.866	.916	1.000
	R	263.34	268.50	282.48	274.15	215.15	254.46	268.54
Género	p	.520	.830	.331	.772	.000	.167	.838
18-19 años	\bar{x}	2.79	1.78	1.83	1.46	2.48	2.66	2.44
	DT	.963	.839	.964	.871	.917	1.017	1.061
	R	265.76	251.29	253.55	241.98	267.71	265.02	266.63
20-21	\bar{x}							
	DT	2.88	1.93	1.89	1.60	2.58	2.77	2.51
	R	.902	.808	.948	.895	.897	.895	.951
22-23	\bar{x}	277.60	282.69	264.87	268.61	286.28	280.68	279.05
	DT							
	R	2.80	1.99	2.03	1.72	2.51	2.76	2.44
24-25	\bar{x}	.910	.870	.958	.944	1.010	.965	1.008
	DT	263.48	289.31	288.71	289.04	272.92	279.14	266.68
	R							
Más de 25	\bar{x}	2.93	1.78	1.93	1.91	2.33	2.47	2.24
	DT	.751	.765	.939	1.041	.953	.991	1.026
	R	286.32	255.29	273.93	314.17	245.22	231.77	238.61
Edad	p							
Ningún nivel formativo	\bar{x}	.789	.842	.911	1.167	.702	.978	.830
	DT	269.79	281.66	360.41	341.26	231.22	284.29	317.86
	R	.857	.153	.005	.000	.236	.320	.226
Poco nivel formativo	\bar{x}							
	DT	2.86	1.89	1.71	1.45	2.43	2.64	2.22
	R	.899	.886	.920	.857	.966	1.045	1.030

		La ignoro/ no la leo	La leo entera	Compruebo su fuente o autoría	Verifico el link	La consulto con otras personas	Busco más información en la red	La contrasto con otros medios
Bastante nivel formativo	\bar{x}	275.52	270.00	235.57	240.15	259.47	261.64	234.12
	DT							
	R	2.80	1.84	1.90	1.57	2.47	2.66	2.46
Mucho nivel formativo	\bar{x}	.923	.777	.944	.873	.904	.943	.992
	DT	265.53	266.78	266.78	265.51	268.01	263.83	271.60
	R							
Nivel formativo	p	2.89	1.93	2.20	1.90	2.65	2.90	2.70

Tabla 4

Estadísticos descriptivos sobre las razones por las que difunden noticias sin contrastar según género, edad y nivel de formación

		Puede ser útil para otros	Se relaciona con mis intereses	Me preocupa	Me impacta	Me divierte	Coincide con mi forma de pensar	Refuerza mis convicciones ideológicas
Mujeres	\bar{x}	2.63	2.73	2.86	2.99	2.44	2.41	2.40
	DT	.782	.786	.775	.811	.951	.947	.992
	R	276.99	274.81	279.42	278.25	259.40	269.77	270.51
Hombres	\bar{x}	2.48	2.65	2.67	2.83	2.76	2.45	2.42
	DT	.776	.824	.624	.749	.895	.894	.981
	R	250.21	257.76	239.62	245.85	311.26	275.28	272.71
Género	p	.073	.250	.007	.030	.001	.720	.887
18-19 años	\bar{x}	2.59	2.72	2.75	2.94	2.56	2.48	2.39
	DT	.833	.780	.764	.776	.964	.878	.935
	R	270.69	269.90	255.98	267.41	279.11	280.41	268.44
20-21	\bar{x}	2.65	2.74	2.87	3.00	2.48	2.37	2.36
	DT	.697	.759	.719	.748	.923	.903	.962
	R	283.28	275.26	281.89	279.80	267.62	263.29	265.61
22-23	\bar{x}	2.65	2.77	2.91	2.98	2.45	2.44	2.43
	DT	.833	.897	.753	.876	.999	1.018	1.018
	R	279.37	286.65	287.28	278.88	264.73	275.20	275.85
24-25	\bar{x}	2.40	2.62	2.80	2.93	2.64	2.53	2.69
	DT	.837	.747	.786	.809	.933	.991	1.125
	R	235.48	255.96	268.09	268.66	292.68	287.04	312.70
Más de 25	\bar{x}	2.34	2.48	2.64	2.62	2.31	2.21	2.28
	DT	.670	.785	.731	.942	.891	1.114	1.162
	R	226.31	227.83	235.41	219.50	242.26	236.12	250.34
Edad	p	.127	.346	.195	.313	.594	.497	.354
Ningún nivel formativo	\bar{x}	2.64	2.61	2.77	2.85	2.33	2.32	2.28
	DT	.864	.851	.805	.867	.971	.976	1.038
	R	282.15	254.53	263.12	256.19	246.53	255.64	253.16
Poco nivel formativo	\bar{x}	2.59	2.73	2.83	2.98	2.50	2.45	2.43
	DT	.733	.773	.718	.778	.934	.910	.957
	R	270.49	273.16	271.89	277.50	270.63	275.44	275.13

		Puede ser útil para otros	Se relaciona con mis intereses	Me preocupa	Me impacta	Me divierte	Coincide con mi forma de pensar	Refuerza mis convicciones ideológicas
Bastante nivel formativo	\bar{x}	2.57	2.80	2.90	3.00	2.68	2.45	2.46
	DT	.787	.755	.731	.753	.917	.932	.979
	R	267.12	289.74	286.77	280.18	299.56	277.42	280.98
Mucho nivel formativo	\bar{x}	2.46	2.69	2.46	2.69	2.77	2.69	2.69
	DT	.967	.947	.877	.947	1.092	1.109	1.251
	R	247.38	264.15	213.19	235.69	313.38	310.96	310.96
Nivel formativo	p	.762	.297	.277	.377	.035	.437	.332

Tabla 5

Estadísticos descriptivos sobre los motivos por los que consideran que se generan las FN según género, edad y nivel de formación

		Ganar audiencia/ visitantes/ clicks	Generar controversia	Manipular o influir	Intereses económicos	Alarma social	Desacreditar la imagen de alguien/algo	Enmascarar otras noticias
Mujeres	\bar{x}	3.58	3.25	3.64	3.39	3.32	3.30	3.28
	DT	.626	.727	.580	.754	.747	.726	.756
	R	276.33	278.08	282.45	279.59	286.85	275.69	280.87
Hombres	\bar{x}	3.43	3.07	3.40	3.21	2.97	3.18	3.02
	DT	.783	.787	.701	.763	.730	.785	.861
	R	252.51	246.44	231.25	241.17	215.98	254.71	236.76
Género	p	.082	.033	.000	.009	.000	.157	.003
18-19 años	\bar{x}	3.45	3.08	3.37	3.16	3.02	3.19	3.06
	DT	.709	.808	.699	.817	.768	.763	.781
	R	251.45	250.24	225.86	236.44	229.29	255.83	239.34
20-21	\bar{x}	3.58	3.24	3.66	3.36	3.31	3.32	3.24
	DT	.656	.656	.563	.744	.718	.722	.787
	R	279.20	274.03	288.94	272.21	283.20	281.35	275.77
22-23	\bar{x}	3.61	3.33	3.71	3.56	3.40	3.29	3.31
	DT	.634	.779	.498	.592	.725	.743	.813
	R	283.78	300.17	296.63	306.88	302.73	274.88	291.42
24-25	\bar{x}	3.62	3.18	3.71	3.53	3.29	3.20	3.36
	DT	.614	.806	.506	.786	.787	.786	.743
	R	284.60	269.22	297.27	313.40	282.18	258.43	296.71
Más de 25	\bar{x}	3.59	3.31	3.69	3.45	3.48	3.48	3.52
	DT	.628	.604	.660	.736	.738	.574	.688
	R	277.66	286.86	302.03	290.10	322.21	308.26	328.10
Edad	p	.202	.086	.000	.000	.000	.260	.003
Ningún nivel formativo	\bar{x}	3.67	3.18	3.67	3.46	3.32	3.33	3.27
	DT	.564	.824	.518	.718	.750	.700	.798
	R	294.14	270.83	288.41	291.75	287.08	282.01	282.47
Poco nivel formativo	\bar{x}	3.50	3.19	3.54	3.32	3.21	3.25	3.19
	DT	.709	.716	.657	.768	.761	.748	.777
	R	262.97	267.82	264.31	266.38	265.13	267.52	265.29

		Ganar audiencia/ visitantes/ clicks	Generar controversia	Manipular o influir	Intereses económicos	Alarma social	Desacreditar la imagen de alguien/algo	Enmascarar otras noticias
Bastante nivel formativo	\bar{x}	3.53	3.26	3.60	3.32	3.26	3.25	3.24
	DT	.655	.717	.606	.768	.753	.771	.813
	R	265.82	282.53	273.89	264.32	276.18	267.96	276.81
Mucho nivel formativo	\bar{x}	3.69	3.23	3.54	3.31	3.08	3.46	3.23
	DT	.630	.832	.660	.855	.760	.660	.832
	R	305.96	283.58	262.27	267.46	237.31	307.00	274.00
Nivel formativo	p	.113	.816	.380	.351	.412	.626	.704

Tabla 6

Estadísticos descriptivos sobre los responsables de la viralización de las FN según género, edad y nivel de formación

		Ciudadanía	Influencers	Pseudoespecialistas	Políticos	Periodistas
Mujeres	\bar{x}	3.25	3.24	2.78	3.08	3.39
	DT	.671	.711	.821	.848	.775
	R	280.87	271.72	271.38	274.02	267.66
Hombres	\bar{x}	2.98	3.19	2.76	3.01	3.45
	DT	.846	.820	.866	.851	.785
	R	236.75	268.49	269.69	260.53	282.60
Género	p	.003	.827	.911	.374	.298
18-19 años	\bar{x}	3.15	3.15	2.60	2.91	3.28
	DT	.768	.730	.832	.866	.863
	R	265.62	255.13	241.35	245.12	250.71
20-21	\bar{x}	3.19	3.26	2.78	3.07	3.38
	DT	.698	.718	.806	.840	.733
	R	269.55	277.59	271.67	270.69	262.12
22-23	\bar{x}	3.30	3.27	2.93	3.23	3.57
	DT	.732	.750	.879	.839	.728
	R	293.68	280.60	299.41	300.04	305.65
24-25	\bar{x}	3.27	3.38	3.00	3.31	3.58
	DT	.654	.777	.769	.763	.621
	R	283.06	304.59	309.03	313.94	299.27
Más de 25	\bar{x}	3.00	3.10	2.93	3.07	3.52
	DT	.598	.772	.753	.842	.785
	R	225.43	246.29	296.81	270.93	298.14
Edad	p	.196	.181	.006	.011	.009
Ningún nivel formativo	\bar{x}	3.28	3.19	2.67	3.01	3.44
	DT	.673	.737	.792	.888	.706
	R	288.16	262.48	250.75	262.29	273.77
Poco nivel formativo	\bar{x}	3.18	3.20	2.77	3.04	3.36
	DT	.766	.749	.868	.844	.823
	R	271.47	267.50	271.00	266.94	264.57

		Ciudadanía	Influencers	Pseudoespecialistas	Políticos	Periodistas
Bastante nivel formativo	\bar{x}	3.17	3.35	2.94	3.22	3.50
	DT	.651	.652	.744	.784	.707
	R	263.36	293.51	299.45	297.40	287.75
Mucho nivel formativo	\bar{x}	2.85	3.15	2.69	2.92	3.38
	DT	.689	1.068	1.032	1.038	.961
	R	199.08	277.31	264.15	257.38	280.31
Nivel formativo	p	.143	.335	.084	.222	.507

Tabla 7*Estadísticos descriptivos sobre el tipo de FN recibidas según género, edad y nivel de formación*

		Información en tono humorístico o satírico	Información fuera de contexto	Titulares, imágenes o subtítulos ajenos al asunto tratado (<i>clickbait</i>)	Información/ imagen con encuadre falaz o tergiversado	Información no probada creada para engañar o manipular
Mujeres	\bar{x}	2.54	2.67	2.94	2.69	3.02
	DT	.761	.761	.863	.812	.805
	R	267.53	270.84	274.13	278.25	276.24
Hombres	\bar{x}	2.60	2.69	2.88	2.54	2.91
	DT	.737	.707	.777	.708	.775
	R	283.04	271.57	260.14	245.83	252.81
Género	p	.297	.961	.356	.031	.121
18-19 años	\bar{x}	2.51	2.56	2.82	2.48	2.83
	DT	.803	.740	.817	.766	.815
	R	263.29	251.38	252.02	239.38	241.15
20-21	\bar{x}	2.59	2.73	3.02	2.77	3.12
	DT	.744	.743	.855	.775	.735
	R	278.42	279.72	287.94	294.37	291.97
22-23	\bar{x}	2.53	2.78	2.94	2.63	3.06
	DT	.703	.746	.897	.861	.827
	R	268.84	292.36	274.90	265.50	283.08
24-25	\bar{x}	2.60	2.78	3.02	2.76	2.89
	DT	.809	.823	.783	.712	.885
	R	284.77	289.24	285.86	287.42	255.54
Más de 25	\bar{x}	2.48	2.52	2.79	2.86	3.17
	DT	.688	.688	.819	.743	.711
	R	263.05	237.79	244.40	307.22	301.55
Edad	p	.823	.079	.139	.004	.009
Ningún nivel formativo	\bar{x}	2.60	2.74	2.93	2.68	3.02
	DT	.785	.805	.868	.820	.815
	R	282.47	284.72	272.80	277.51	277.50
Poco nivel formativo	\bar{x}	2.52	2.64	2.92	2.63	2.94
	DT	.714	.739	.853	.772	.800
	R	267.08	263.13	271.22	267.72	260.54

		Información en tono humorístico o satírico	Información fuera de contexto	Titulares, imágenes o subtítulos ajenos al asunto tratado (<i>clickbait</i>)	Información/ imagen con encuadre falaz o tergiversado	Información no probada creada para engañar o manipular
Bastante nivel formativo	\bar{x}	2.53	2.70	2.90	2.68	3.11
	DT	.789	.703	.798	.793	.750
	R	267.92	278.95	266.29	276.00	292.14
Mucho nivel formativo	\bar{x}	2.77	2.77	3.23	2.69	3.08
	DT	1.092	.832	.832	.947	.954
	R	312.38	280.65	331.31	276.81	293.65
Nivel formativo	p	.550	.495	.515	.912	.225

Tabla 8

Estadísticos descriptivos sobre los elementos que priorizan para dar credibilidad a una noticia según género, edad y nivel de formación

		Sostenido por un especialista o entidad reconocida	Apoiado en testimonios	Incluye imágenes/ vídeos reales	No genera controversia
Mujeres	\bar{x}	3.20	2.94	2.96	2.26
	DT	.711	.733	.800	.862
	R	276.11	281.05	276.67	274.27
Hombres	\bar{x}	3.05	2.69	2.83	2.17
	DT	.825	.817	.792	.813
	R	253.25	236.10	251.32	259.65
Género	p	.120	.002	.092	.335
18-19 años	\bar{x}	3.09	2.89	2.95	2.16
	DT	.736	.749	.766	.824
	R	255.39	273.55	274.27	258.16
20-21	\bar{x}	3.19	2.97	2.98	2.35
	DT	.680	.682	.751	.815
	R	274.03	287.95	279.89	291.62
22-23	\bar{x}	3.27	2.77	2.97	2.29
	DT	.827	.863	.881	.935
	R	300.22	254.44	281.61	278.05
24-25	\bar{x}	2.98	2.84	2.76	2.04
	DT	.812	.796	.908	.852
	R	236.87	261.99	240.99	240.52
Más de 25	\bar{x}	3.34	2.62	2.62	2.10
	DT	.670	.820	.775	.900
	R	305.97	222.74	211.26	242.41
Edad	p	.031	.107	.089	.079
Ningún nivel formativo	\bar{x}	3.16	2.82	2.89	2.20
	DT	.755	.861	.877	.842
	R	271.38	264.31	268.39	266.48
Poco nivel formativo	\bar{x}	3.15	2.89	2.93	2.25
	DT	.738	.741	.761	.844
	R	269.02	272.83	271.38	273.62

		Sostenido por un especialista o entidad reconocida	Apoyado en testimonios	Incluye imágenes/ vídeos reales	No genera controversia
Bastante nivel formativo	\bar{x}	3.20	2.89	2.96	2.25
	DT	.694	.670	.791	.850
	R	278.29	273.45	274.89	274.74
Mucho nivel formativo	\bar{x}	3.15	3.08	3.08	2.23
	DT	1.068	.862	.954	1.166
	R	288.81	317.31	296.15	267.08
Nivel formativo	p	.913	.639	.923	.966

Tabla 9

Estadísticos descriptivos sobre los elementos que hacen cuestionar la veracidad de una noticia según género, edad y nivel de formación

		Autoría inexistente	Fecha de publicación omitida	Fuente no oficial	Datos de impacto social/ polémica	Titular impactante	Utiliza un tono discriminatorio u ofensivo	Mala redacción y/o errores ortográficos y gramaticales
Mujeres	\bar{x}	3.07	2.72	3.23	2.78	3.28	3.29	3.53
	DT	.829	.883	.756	.791	.761	.798	.719
	R	274.37	271.84	278.28	275.48	276.83	282.31	279.61
Hombres	\bar{x}	3.00	2.73	3.07	2.69	3.13	3.01	3.30
	DT	.806	.785	.761	.775	.785	.851	.863
	R	259.29	268.10	245.74	255.47	248.58	231.73	241.13
Género	p	.316	.806	.029	.181	.057	.001	.006
18-19 años	\bar{x}	.850	.860	.780	.785	.849	.853	.832
	DT	261.05	273.16	277.33	253.93	254.66	236.80	259.43
	R	3.01	2.63	3.13	2.80	3.29	3.27	3.47
20-21	\bar{x}	.798	.874	.757	.777	.749	.841	.721
	DT	260.43	255.91	260.63	279.63	279.80	281.75	266.29
	R	3.21	2.91	3.26	2.79	3.31	3.39	3.57
22-23	\bar{x}	.795	.805	.747	.795	.692	.680	.685
	DT	300.25	302.43	285.76	279.96	279.33	296.08	287.80
	R	3.11	2.58	3.16	2.62	3.29	3.33	3.56
24-25	\bar{x}	.832	.941	.767	.777	.695	.826	.785
	DT	280.58	245.81	265.00	247.50	275.39	292.84	290.56
	R	3.17	2.86	3.21	3.07	3.29	3.38	3.59
Más de 25	\bar{x}	.889	.789	.675	.799	.713	.677	.733
	DT	295.03	299.10	270.10	330.60	274.79	293.24	293.00
	R	.147	.063	.653	.050	.498	.004	.313
Edad	p	3.04	2.76	3.18	2.78	3.29	3.33	3.57
Ningún nivel formativo	\bar{x}	272.57	280.83	270.04	275.33	279.76	288.84	291.77
	DT	3.02	2.68	3.17	2.72	3.21	3.21	3.40
	R	.830	.862	.778	.775	.785	.863	.782
Poco nivel formativo	\bar{x}	266.00	263.69	269.80	264.78	265.40	27.11	257.43
	DT	3.11	2.76	3.21	2.81	3.28	3.21	3.56
	R	.713	.779	.710	.751	.738	.746	.704

		Autoría inexistente	Fecha de publicación omitida	Fuente no oficial	Datos de impacto social/ polémica	Titular impactante	Utiliza un tono discriminatorio u ofensivo	Mala redacción y/o errores ortográficos y gramaticales
Bastante nivel formativo	\bar{x}	278.15	277.91	273.85	281.31	277.19	263.61	285.88
	DT	3.46	3.00	3.46	2.92	3.31	3.00	3.54
	R	.660	.816	.660	.954	.630	.707	.660
Mucho nivel formativo	\bar{x}	344.85	316.04	323.88	316.88	274.77	22.15	275.88
	DT	.272	.441	.619	.480	.772	.283	.063

Tabla 10

Estadísticos descriptivos sobre la importancia asignada a determinados contenidos formativos según género, edad y nivel de formación

		Alfabetización visual	Proceso de construcción	Pautas de contraste	Fuentes fiables	Detectar intereses	Análisis crítico	Estrategias para la captación	Responsabilidad y repercusión social	Cauces de defensa
Mujeres	\bar{x}	3.00	2.95	3.12	3.33	3.19	3.21	3.03	3.11	3.03
	DT	.763	.706	.785	.703	.716	.757	.766	.745	.773
	R	277.83	276.07	273.13	279.35	278.49	279.17	282.50	278.80	282.27
Hombres	\bar{x}	2.83	2.83	3.07	3.12	2.99	3.02	2.75	2.92	2.77
	DT	.813	.711	.803	.818	.842	.796	.788	.833	.772
	R	247.29	253.39	263.60	242.00	244.99	242.64	231.10	243.91	231.87
Género	p	.040	.118	.524	.011	.024	.014	.001	.019	.001
18-19 años	\bar{x}	2.87	2.80	2.99	3.18	3.00	3.09	2.86	2.90	2.86
	DT	.765	.660	.812	.738	.783	.804	.795	.798	.793
	R	255.98	246.32	249.10	250.38	244.19	257.31	250.59	239.86	251.49
20-21	\bar{x}	2.91	2.89	3.07	3.25	3.11	3.19	2.98	3.13	3.01
	DT	.770	.686	.769	.742	.767	.746	.741	.733	.748
	R	260.87	265.70	262.96	264.07	266.96	274.26	273.47	282.81	278.70
22-23	\bar{x}	3.11	3.14	3.28	3.49	3.30	3.23	3.10	3.25	3.08
	DT	.827	.766	.780	.674	.628	.763	.798	.730	.787
	R	301.24	315.82	304.98	313.77	298.29	284.01	299.27	305.89	293.67
24-25	\bar{x}	3.16	3.04	3.33	3.44	3.38	3.20	2.93	3.00	2.91
	DT	.673	.706	.707	.659	.684	.842	.780	.853	.821
	R	305.93	293.41	313.62	301.87	316.79	281.29	264.18	261.73	262.33
Más de 25	\bar{x}	3.00	2.93	3.17	3.17	3.31	3.24	3.10	3.14	3.03
	DT	.802	.799	.805	.848	.712	.636	.817	.743	.778
	R	279.74	274.53	282.22	255.05	303.05	279.86	299.36	282.28	281.17
Edad	p	.042	.002	.007	.004	.003	.594	.074	.004	.171
	\bar{x}	2.95	2.88	3.12	3.23	3.19	3.16	2.91	3.10	2.98
	DT	.779	.844	.810	.815	.820	.795	.771	.828	.834
Ningún nivel formativo	R	269.64	267.74	275.88	266.64	286.07	270.97	261.63	280.90	273.90
	\bar{x}	2.92	2.90	3.05	3.28	3.11	3.14	2.96	3.03	2.94
	DT	.813	.680	.780	.710	.751	.770	.786	.770	.784
Poco nivel formativo	R	265.79	265.88	260.71	269.99	265.71	265.29	270.62	263.60	266.21

		Alfabetización visual	Proceso de construcción	Pautas de contraste	Fuentes fiables	Detectar intereses	Análisis crítico	Estrategias para la captación	Responsabilidad y repercusión social	Cauces de defensión
Bastante nivel formativo	\bar{x}	3.07	3.00	3.22	3.37	3.18	3.26	3.04	3.13	3.02
	DT	.675	.610	.761	.682	.627	.729	.769	.710	.691
	R	291.61	285.25	292.39	287.12	272.21	289.51	287.57	282.19	279.61
Mucho nivel formativo	\bar{x}	2.92	3.23	3.23	3.08	3.08	3.15	2.92	3.08	3.15
	DT	.760	.599	.927	.862	.954	.899	.862	.862	.899
Nivel formativo	\bar{x}	260.62	333.23	303.88	237.08	269.31	276.77	268.96	279.65	314.23
	DT	.435	.250	.196	.518	.618	.514	.572	.562	.598

