

Competencias mediáticas de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia en El Salvador¹

Media competencies of students at Francisco Gavidia University in El Salvador

Fidel Arturo López Eguizábal

Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicaciones por la Universidad Tecnológica de El Salvador.
Maestro en Profesionalización de la Docencia Superior por la Universidad de El Salvador.
Profesor titular a tiempo completo en la Universidad Francisco Gavidia.
flopez@ufg.edu.sv

Evelyn Yecenia Álvarez Juárez

Técnico Bibliotecóloga por la Universidad de El Salvador.
Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicaciones por la Universidad Francisco Gavidia.
Auxiliar de biblioteca en la Universidad Francisco Gavidia.
ealvarez@ufg.edu.sv

Sonia Haydée Amaya de López

Bibliotecóloga por la Universidad de El Salvador.
Ingeniera en Ciencias de la Computación por la Universidad Francisco Gavidia.
Máster en Gestión Documental y Administración de Archivos por la Universidad Internacional de Andalucía, UNIA España.
Máster en Bibliotecas y Patrimonio Documental por la Universidad Carlos III de Madrid, España.
Directora del Sistema Bibliotecario y Docente en la Universidad Francisco Gavidia.
samaya@ufg.edu.sv

Sonia Carolina Fernández Chinchilla

Técnico Bibliotecóloga por la Universidad de El Salvador.
Auxiliar de biblioteca en la Universidad Francisco Gavidia.
sfernandez@ufg.edu.sv

¹ La investigación fue realizada y coordinada por la Universidad Francisco Gavidia, como parte del proyecto "Adaptación del currículum MIL-UNESCO al proceso de enseñanza-aprendizaje de la Universidad Francisco Gavidia" financiado por la UNESCO.

Reyna Margarita Alfaro Gómez

Técnico Bibliotecóloga por la Universidad de El Salvador.
Licenciada en Mercadotecnia y Publicidad por la Universidad Francisco Gavidia.
Auxiliar de biblioteca en la Universidad Francisco Gavidia.
ralfaro@ufg.edu.sv

José Salvador García Cárcamo

Técnico Bibliotecólogo por la Universidad de El Salvador.
Auxiliar de biblioteca en la Universidad Francisco Gavidia.
jsgarcia@ufg.edu.sv

Fecha de recepción: 22 de julio de 2022
Fecha de aprobación: 22 de agosto de 2022
DOI: <https://doi.org/10.5377/rvr.v1i56.15778>



RESUMEN

La investigación indagó sobre las habilidades mediáticas de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) para el uso efectivo de la información emitida por los medios y otros proveedores, sus prácticas al momento de emitir una opinión o mensaje y la información de lo que consumen; además de cómo se informan, educan y entretienen. Para ello se realizaron grupos focales en modalidad no presencial y una encuesta en línea con estudiantes de la universidad. Según los datos recopilados, la red social más utilizada por los estudiantes de la UFG es Facebook; luego, cuentan con algunas habilidades mediáticas y adecuado comportamiento al interactuar en los distintos medios de comunicación digital. La investigación también permitió indagar que los estudiantes no han recibido por iniciativa propia talleres relacionados a validar la información que consumen o comparten; sin embargo, sí han recibido orientación en algunas asignaturas durante su proceso de formación académica.

Palabras clave: alfabetización mediática e informacional, habilidades mediáticas, medios de comunicación, redes sociales, desinformación.

ABSTRACT

The research surveyed the media skills of the Francisco Gavidia University (UFG) students for the effective use of the information issued by the media and other providers, their practices when issuing an opinion or message, and the information they consume; in addition to how they are informed, educated and entertained. To get that information, focus groups were carried out in remote mode and an online survey with university students. According to the data collected, Facebook is the most used the social network by UFG students; then, they have some media skills and an appropriate behavior when interacting in the different digital media. The investigation also allowed us to investigate that the students have not received, on their own initiative, workshops related to validate techniques for the information they consume or share; however, they have received guidance in some subjects during their academic training process.

Keywords: *media and information literacy, media skills, media, social networks, disinformation.*

Introducción

La Universidad Francisco Gavidia (UFG) en su empeño de aplicar la mejora continua en su Proceso de Enseñanza Aprendizaje (PEA), a fin de formar profesionales competentes, responsables socialmente y que desarrollen investigaciones aplicadas, en sus planes de estudio oferta asignaturas que permiten el desarrollo de competencias informacionales adaptadas y puestas en práctica.

Desde el año 2015, con la visión y liderazgo de la rectoría de la UFG al respecto de aplicar tendencias y estándares internacionales de la sociedad del conocimiento, se integró, dentro del currículo educativo, la unidad de estudio denominada “Gestión de la información”, facilitando el desarrollo de habilidades informacionales para hacer un uso eficiente y ético de la información como aporte integral al proceso académico de los estudiantes.

Cabrera (2015), define las competencias informacionales como:

Aquellas que permiten hacer un uso responsable y adecuado de los recursos informativos disponibles, así como las destrezas para buscar, seleccionar, gestionar y evaluar información. Para los estudiantes de grado universitarios el desarrollo de competencias en información se vuelve un factor fundamental, tanto en el acceso como en la apropiación de la información para su potencial generación de conocimiento. (p. 39).

De acuerdo a esta definición, dependen de ese grado de estudio las habilidades que tienen los estudiantes para hacer uso eficiente de la información, así como el fortalecer las capacidades o destrezas para discernir sobre la información que están buscando. Descubrir si la información es fidedigna y no falsa: “Entre las habilidades de búsqueda se encuentra la identificación de palabras clave y términos relacionados, así como la capacidad para el refinamiento de la búsqueda inicial” (Cabrera, 2015, p. 65).

Ampliando el alcance, la UFG inicia en el año 2019 la planificación del proyecto para adaptar el currículum MIL-UNESCO al PEA de la UFG, con miras a integrar los temas mediáticos; por alfabetización mediática se entiende:

Comprender y utilizar los medios de masas de forma segura o no firme, incluyendo un entendimiento informado y crítico de los medios y de las técnicas que los medios emplean y sus efectos. También la capacidad de leer, analizar, evaluar y producir comunicación en una variedad de formas (por ej. televisión, imprenta, radio, computadoras, etc.) Otra forma de entender el término es la habilidad para decodificar, analizar, evaluar y producir comunicación en una variedad de formas. (Wilson, 2011, p. 185).

El término MIL está formado por las abreviaturas “*Media and Information Literacy*”, que en español podría traducirse como “Alfabetización Mediática e Informacional” (AMI); fue creado en el año 2007

a partir de dos conceptos separados que se unieron (Lau y Le-Voci-Sayad, 2020, p. 41). Al respecto, es importante señalar que:

La alfabetización en medios e información reconoce el papel principal de la información y los medios en la vida cotidiana. Se encuentra en el núcleo de la libertad de expresión e información, ya que permite a la ciudadanía comprender las funciones de los medios y otros proveedores de información, evaluar críticamente su contenido y tomar decisiones informadas como personas usuarias y productoras de información y contenido mediático. (Campal y Ordas, 2021, p. 30).

Según Wilson *et al.* (2011), para poder disfrutar los beneficios de la AMI, se requiere lo siguiente:

1. Se debe considerar a la alfabetización mediática e informacional como un todo que incluye una combinación de competencias (conocimiento, destrezas y actitudes).
2. El currículum AMI debe permitir que los profesores enseñen a los estudiantes la alfabetización mediática e informacional con el objetivo de proveerles de las herramientas esenciales para que ellos puedan involucrarse en los canales de los medios e información como ciudadanos autónomos, jóvenes y racionales.
3. Los ciudadanos deben tener el conocimiento sobre la localización y el consumo de la información, así como sobre la producción de dicha información.
4. Las mujeres, hombres y grupos marginados, así como las personas que viven con discapacidades, pueblos indígenas o minorías étnicas, deben tener igual acceso a la información y el conocimiento.
5. Se debe ver a la AMI como una herramienta esencial para facilitar el diálogo intercultural, el entendimiento mutuo y el entendimiento cultural de las personas. (p. 21)

Los puentes establecidos entre medios de comunicación y audiencias han sido culturalmente apropiados por los usuarios, y han dado forma al modo en que los medios de comunicación participan en nuestras vidas (Livingstone, 1999, 2008, citado por Carrera *et al.*, 2020). No obstante, se debe prestar atención al dispositivo ideológico que se oculta tras un elemento tecnológico inserto en un espacio de poder.

Según Martín-Barbero (2014):

La cuestión de las audiencias o de la recepción y el consumo de medios se va a convertir en un ámbito de investigación cada vez más densa desde comienzos de los 90s. Se trata de una investigación que rebasa los paradigmas tanto el de la transmisión como el de los efectos, exigiendo un acercamiento transdisciplinar capaz de asumir su envergadura histórica y antropológica. Desde el punto de vista conceptual lo que moviliza el estudio es el análisis de las mediaciones-socioeconómicas, polítculturales y técnicas- que regulan las formas del consumo y las modalidades de la recepción. (p. 30).

Medir el consumo mediático en cada país es de suma importancia, dado que identifica e influye en la cultura, entretenimiento y los valores de un ciudadano. En la cultura de masas se demuestra que los contenidos

mediáticos al ser consumidos, transforman al ser humano, lo transcultural y, por ende, se pierden hasta los valores tradicionales, por lo cual no basta saber qué, dónde y por qué consumen tales contenidos.

En El Salvador, al analizar el consumo mediático según investigaciones realizadas, los jóvenes universitarios consumen a diario mucha información mediática a través de los medios de comunicación tradicional y no tradicional, como las redes sociales. Según Carballo y Marroquín (2022):

Este aumento de la percepción de las noticias falsas en tales plataformas muestra que para las audiencias las redes sociales digitales fueron, durante la crisis de salud, un importante difusor de desinformación, más de lo que ya eran en los tiempos previos a la COVID-19. (pp. 19- 20).

Además, se indagó sobre la certeza de las noticias; al respecto Carballo y Marroquín (2022), definen que:

En primera instancia, ya los datos previos a la enfermedad reflejaban que solo el 19,7 % verifica siempre si las noticias que lee, ve o escucha en internet son ciertas. En cambio, un 26,6 % reconoció que unas veces lo hace y otras no. Destaca que un 9,2 % nunca se cerciora (p. 22).

El consumo mediático aumentó con la pandemia. Se han realizado otras investigaciones en donde se analiza el efecto de lo que consumen en los medios de comunicación; según Calles y Monterrosa (2020):

Examinar el efecto que producen los contenidos de los medios de comunicación en la juventud salvadoreña. Para alcanzarlo, se indagó si la información que consumen a través de los medios les sirve para tomar decisiones políticas, para conocer a El Salvador, para informarse o para entretenerse, para sus decisiones diarias. (p. 70).

La investigación de Calles y Monterrosa (2020), trata sobre el consumo mediático; también indaga sobre la lectura de libros:

Las razones principales por las que hombres y mujeres participantes en esta investigación no leen libros son porque, según lo expuesto, no tienen tiempo (25 %) y porque prefieren navegar por Internet (24 %), también se muestra que el 19 % de los participantes no les gusta leer, pero otro 19 % prefiere los libros digitales, reiterando todos los hallazgos y análisis anteriores (p. 88).

El consumo o lectura de libros es importante en los estudiantes universitarios; sin embargo, se corrobora en la investigación realizada por la Universidad Tecnológica de El Salvador que el 19% de entrevistados no lee libros.

En el contexto de la UFG, en la investigación se identificaron las habilidades que poseen los estudiantes de la UFG para detectar la desinformación, para evaluar y valorar la calidad de la información a la que tienen acceso que les permita debatir y gestionar con criterios los contenidos emitidos por los medios y otros proveedores de información, como las bibliotecas, archivos e Internet, tal como lo describe la UNESCO. Asimismo, conocer el comportamiento que tienen en las redes sociales y otros medios de comunicación ante mensajes, noticias e información que reciben de diferente índole.

Metodología

Esta investigación se desarrolló en la UFG, sedes San Salvador y Centro Regional de Occidente (CRO). Utilizando el enfoque mixto (enfoque cuantitativo y cualitativo), se estudiaron las habilidades mediáticas de los estudiantes de la universidad.

Para el estudio se utilizó una muestra aleatoria simple de 766 estudiantes que incluyó a cada una de las facultades y dirección de egresados. Con respecto a la captura de los datos se utilizaron dos instrumentos, el primero fue un cuestionario en línea que aportó mayoritariamente información de tipo cuantitativa (el que completaron 732 estudiantes). Para profundizar cualitativamente en los significados, el segundo instrumento fue una guía de entrevista que se utilizó para la realización de tres grupos focales en modalidad virtual, utilizando la plataforma Microsoft Teams.

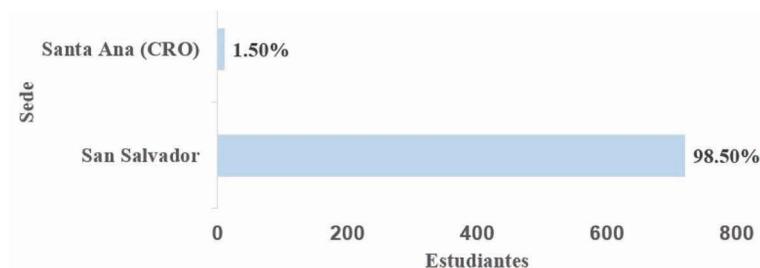
Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la investigación, de acuerdo a datos de la encuesta y realizando un cruce de la información recopilada en los grupos focales.

Como primer dato de clasificación, se presentan detalles que reflejan la muestra que tuvo el mayor número de población; dado que la universidad cuenta con dos filiales, siendo la sede central la que cuenta con el mayor número de carreras, es así como el cuestionario estuvo representado con una muestra de 732 estudiantes, de los cuales un 98.50 % fueron de la sede central y un 1.50 % del CRO, como lo muestra en la Figura 1.

Figura 1

Sede de estudio de los encuestados de la Universidad Francisco Gavidia.



Fuente: elaboración propia.

Otro dato de clasificación utilizado fue el sexo, en el cual la población de la UFG está más representada por estudiantes del sexo femenino en las diferentes carreras, reportándose un 63.10 % femenino y un 36.90 % masculino (Ver Figura 2).

Figura 2

Sexo de los estudiantes encuestados.

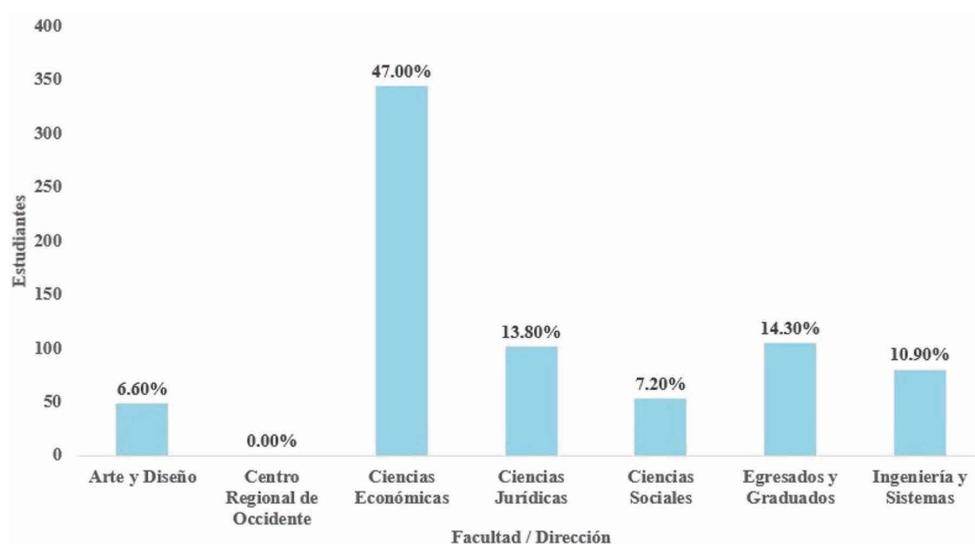


Fuente: elaboración propia.

Para el estudio se utilizó una muestra aleatoria y en el alcance se refleja que incluyó a cada una de las facultades y la dirección de egresados; observándose que el 47.00 % corresponde a Facultad de Ciencias Económicas, una de las más representativas en cuanto al número de estudiantes y carreras (Ver Figura 3).

Figura 3

Facultades/Dirección de egresados a la que pertenecían los estudiantes.

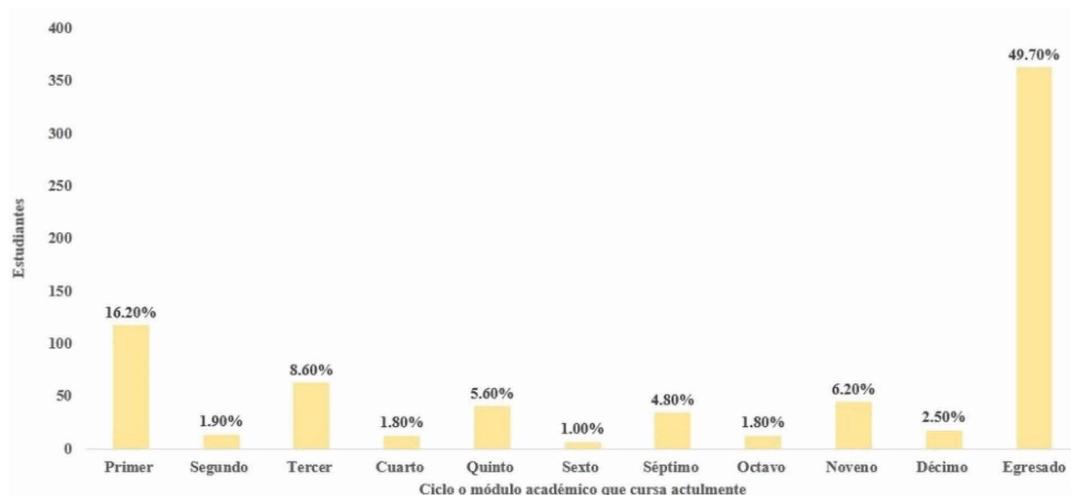


Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se consideró el nivel de carrera que cursaban cada uno de los estudiantes que completaron la encuesta y se muestra que el 49.70 % son estudiantes egresados, tal como se observa en la Figura 4.

Figura 4

Nivel de la carrera que cursan los estudiantes de la UFG.



Fuente: elaboración propia.

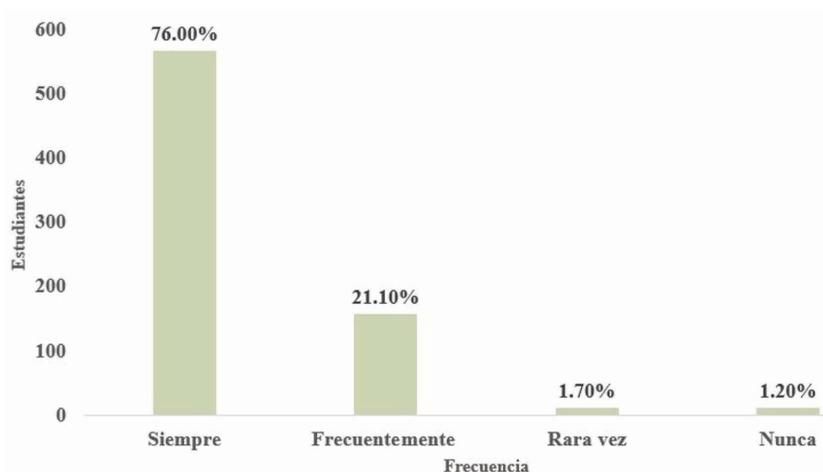
La frecuencia del uso de los medios de comunicación, fue la interrogante como punto de partida de la presente investigación a través de la encuesta, en la que se identificó que es variable: los estudiantes prefieren las redes sociales lo que coincidió con los resultados en los grupos focales; los estudiantes expresaron que utilizan Facebook, WhatsApp, Instagram y Twitter como fuente primaria para informarse, ver noticias, verificar datos y opinar. Esto seguido de la prensa en sus distintas versiones y el consumo de los contenidos de la televisión, radio y los blogs presentan datos similares de uso (Ver Figuras de la 5 a la 9).

Al preguntarles sobre la frecuencia de utilización de las redes sociales, los estudiantes en su mayoría señalan que siempre las utilizan, siendo un mecanismo para informarse y enterarse de las noticias (Ver Figura 5).

En relación a la frecuencia de uso de la prensa, también refleja un porcentaje representativo; las alternativas “frecuentemente y rara vez” quedan en una proporción menor (Ver Figura 6).

Figura 5

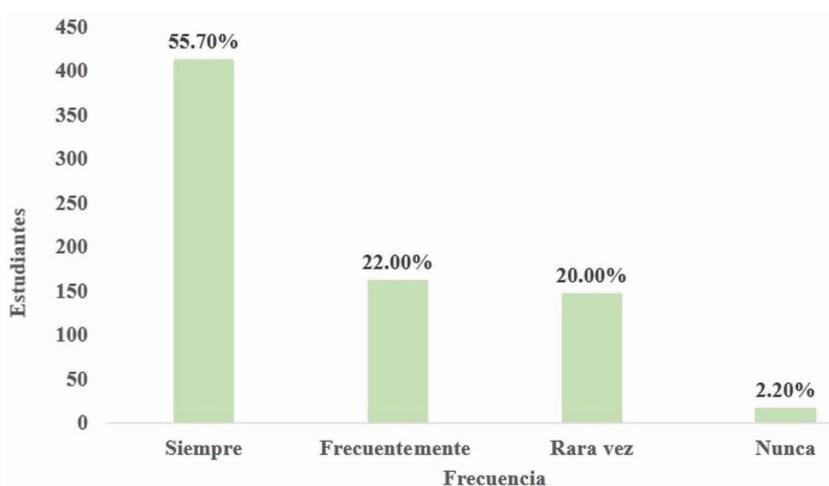
Frecuencia de uso de las redes sociales.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6

Frecuencia de uso de la prensa.



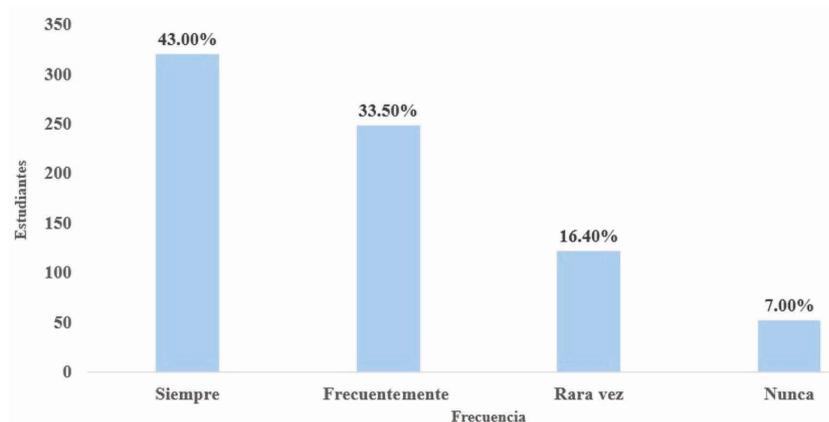
Fuente: elaboración propia.

Asimismo, de acuerdo a los resultados, se refleja que la televisión dejó de ser el primer medio de comunicación para informarse o entretenerse; el mismo medio se transformó a las tendencias digitales,

sin embargo, se mantiene como segunda alternativa de preferencia de los encuestados. Lo que refleja que mayormente las tendencias de uso son las redes sociales (Ver Figura 7).

Figura 7

Frecuencia de uso de la televisión.

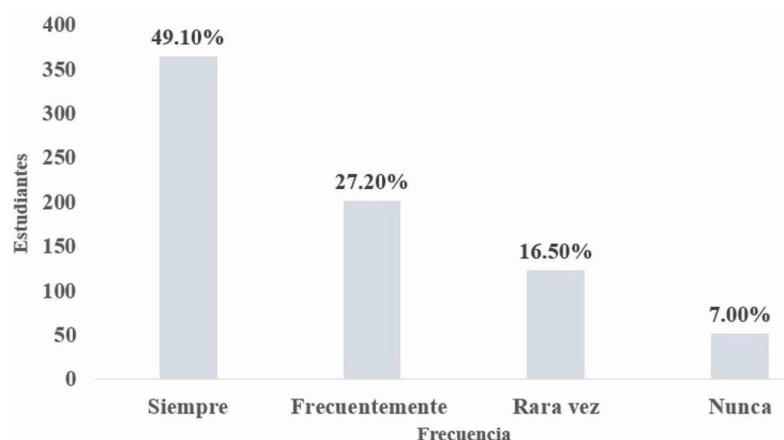


Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a los resultados obtenidos en este estudio, en la Figura 8 se muestra que la radio ocupa un tercer lugar en sus niveles de uso por los estudiantes.

Figura 8

Frecuencia de uso de la radio.

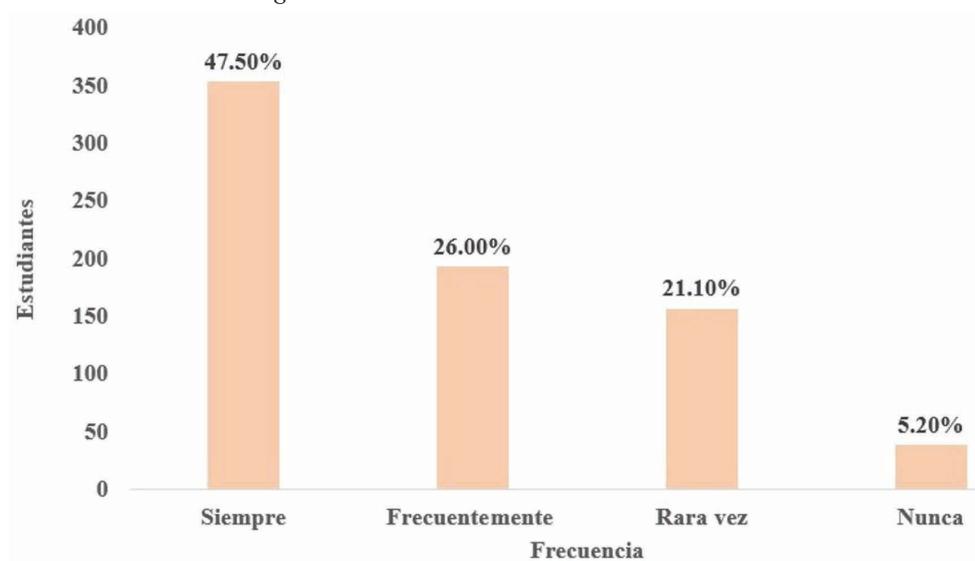


Fuente: elaboración propia.

Los blogs son importantes para que los estudiantes se informen e interactúen sobre diversas ideas, aunque muchos prefieren otros medios de comunicación para hacerlo. En este estudio se refleja que quedan en cuarto lugar.

Figura 9

Frecuencia de uso de los blogs.



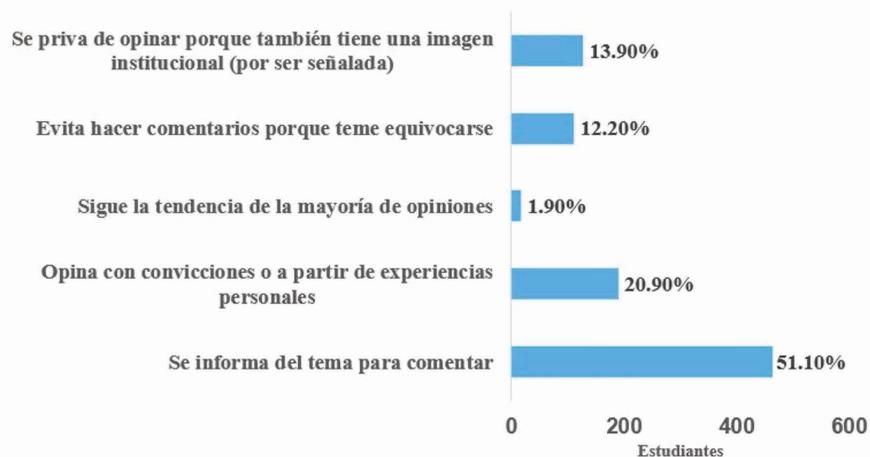
Fuente: elaboración propia.

Seguidamente, se les consultó a los estudiantes lo que hacen antes de opinar en las redes sociales, tales como Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, periódicos digitales y demás medios de comunicación. El 50.00 % de ellos indica que se informan sobre el mensaje o tema en discusión; el 20.90 % comenta que opinan con convicciones o a partir de experiencias personales; y el 28.00 % restante se priva de expresarse, por temor a equivocarse y algunos siguen las tendencias. En congruencia se refleja que tienen criterios antes de emitir sus opiniones y evitar agravios (Ver Figura 10).

Lo anterior se confirma con los datos recopilados en los grupos focales, en los que los estudiantes expresaron emitir comentarios únicamente cuando conocen de la temática; después de realizar un proceso de validación de las fuentes de información comparten en sus redes sociales, siendo las mencionadas anteriormente las que utilizan frecuentemente.

Figura 10

Comportamiento de los estudiantes antes de opinar en los medios de comunicación.



Fuente: elaboración propia.

Al consultarles si habían recibido algún tipo de formación en cuanto a validar la información que se consume o se comparte: el 82.50 % de los estudiantes de la UFG mencionaron que no han participado propiamente en talleres de formación, sino que han visto TedTalks que hablan acerca de la desinformación y el negocio que viene detrás de ellos. También expresaron que en una materia de Gestión de la cultura y de información les hacen constante hincapié de educarse en informarse y la práctica de la lectura; además, dijeron que tratan de formar un pensamiento crítico en cuanto al uso de redes sociales, ya que consideran que no todo lo que se sube al Internet es veraz. Otros estudiantes comentaron que utilizan herramientas para verificar la información.

Lo anterior, se confirma en los resultados de los grupos focales, ya que los estudiantes en su mayoría expresaron que no han recibido un taller como tal; sin embargo, enfatizaron que, en su formación académica en diversas asignaturas impartidas en la universidad, los docentes por lo general les incentivan a la validación y verificación de las fuentes de información que utilizan. Entre las asignaturas que mencionaron están: Sociedad de la información, Investigación jurídica, Redacción y ortografía, Métodos de investigación; así como el Club de opinión pública que es un taller a todo público que imparte la universidad.

Solamente el 17.10 % expresaron que sí han participado o les han enseñado hacer buen uso de la información, dijeron que han visto contenido relacionado en algunas asignaturas tales como: Sociedad de la información, talleres de estrategia de ventas y transmisión de la información, Relaciones internacionales, Estudio de audiencias, entre otras. Y de manera autodidacta aprenden con tutoriales (Ver Figura 11).

Figura 11

Participación de estudiantes en talleres para validar la información.



Fuente: elaboración propia.

Referente a la pregunta sobre la toma de decisión para difundir una noticia por las redes sociales y lo que realiza antes de compartirla, el 65.50 % de estudiantes refleja un comportamiento responsable antes de difundirlas: verifica que el contenido sea veraz o la divulga después de leer a profundidad el contenido o cuando han indagado sobre el mismo. El 32.90 % se abstiene de no difundir noticias en sus redes, lo cual puede deberse a factores relacionados con el *ciber bullying*, proliferación de noticias falsas, bulos, hackeos, cuidado del perfil profesional y proyección de imagen personal. Por último, un 1.50 % solo lee el titular y la difunde o la comparte sin leer a profundidad su contenido.

Lo anterior se constató durante el grupo focal, puesto que entre las respuestas de los estudiantes la tendencia que predominó fue que realizan un proceso de verificación de la información; entre algunas de las acciones mencionaron: informarse con proveedores de noticias internacionales como por ejemplo la BBC y CNN, analizan las fuentes de información confiables, verifican si son tendencias en las redes sociales, y generalmente leen completamente la noticia no basándose únicamente en el titular, posteriormente diseminan la información con sus grupos de contacto (Ver Figura 12).

Figura 12

Comportamiento de los estudiantes en la difusión de noticias.



Fuente: elaboración propia.

Al consultarle a los estudiantes sobre qué hacen cuando dudan sobre la veracidad de alguna noticia/información que reciben, el 51.70 % de estos mencionan que investigan sobre el contenido de la noticia o información para verificar si es verdadera o falsa; mientras que el 47.00 % prefiere no difundir la información o noticia a través de las redes sociales cuando duda de su veracidad, o para no caer en discrepancias con otros usuarios en la red.

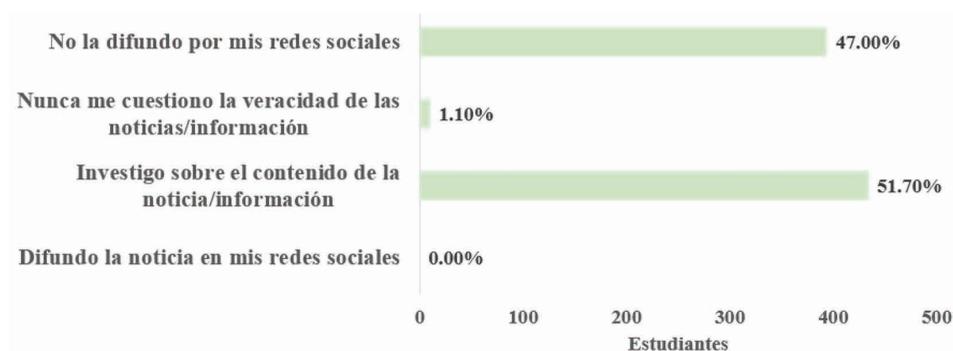
También en el grupo focal los estudiantes expresaron la importancia de conocer el contenido de la noticia o información, así mismo manifestaron la importancia que tiene la revisión de la información y que toman en cuenta criterios como: autoría, actualidad y relevancia; además verifican la redacción, las fuentes, los autores (redactores), impacto que tiene la noticia e inclusive imágenes, comentarios, derechos de autor.

La veracidad y la objetividad deben ser parte de una noticia certera: identificarla es de suma importancia, además una competencia informacional, por lo que se concluye que los estudiantes cuentan con esa competencia o son cautos con su accionar al compartir información (Ver Figura 13).

Respecto a las medidas que utilizan los estudiantes encuestados para verificar la información que consumen en los diferentes medios de comunicación, predominan que visitan sitios oficiales y comprueban las fuentes de donde proviene la información, hacen una revisión pormenorizada de imágenes, videos, entre otros; estas se reflejan en la Figura 14. Sin embargo, existe un porcentaje mínimo del 2.80 % que no toma ninguna medida.

Figura 13

Comportamiento sobre la veracidad de una noticia o información.



Fuente: elaboración propia.

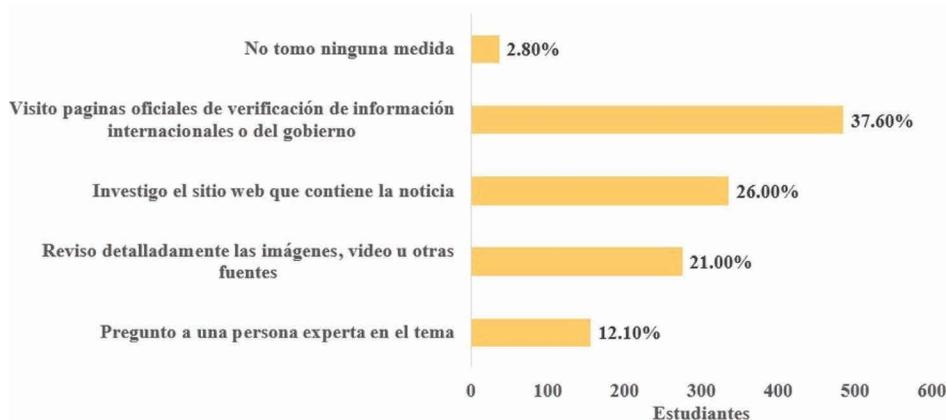
Adicionalmente, con las respuestas obtenidas de los estudiantes en la investigación cualitativa, se reafirma que en su mayoría aplican medidas para la validación de la información/noticia, denotando que tienen cierto nivel de habilidades mediáticas e informacionales; por ello realizan acciones como:

revisión de la bibliografía y enlaces de sitios de interés, el titular de la información, las fuentes de quién proporciona la información, ellos también toman en consideración la redacción y la ortografía de la noticia, finalmente comprueban que esa información sea de informativos que tengan credibilidad, tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo, en los grupos focales los estudiantes expresaron que investigan por saber temas sobre salud, como las estadísticas y datos sobre la pandemia por COVID-19; indagan sobre medio ambiente, política, entre otros. Los estudiantes forman un pensamiento crítico en cuanto al uso de las redes sociales: manifiestan que no todo lo que se aloja o sube en Internet o en redes sociales es veraz (Ver Figura 14).

Figura 14

Medidas para verificar la información que los estudiantes consumen.



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a la pregunta relacionada con las prácticas que realizan al leer una noticia (Figura 15), los estudiantes (siendo la mayoría de ellos con nivel académico de egresados), se denota que tienen buenas prácticas en el uso de la información noticiosa, ya que primero leen una noticia, indagan la veracidad del medio, revisan las páginas web y la fecha de publicación. Por el contrario, se refleja un mínimo porcentaje que solamente leen el titular de la noticia o la leen parcialmente.

Asimismo, en los grupos focales los estudiantes mostraron y expresaron un alto grado de responsabilidad en las acciones que realizan referentes a la lectura de las noticias, entre ellas: redacción y composición de la noticia, verificación de la información en más de una fuente, lectura en su totalidad de la noticia, análisis crítico, comparan noticias de diferentes medios, revisan las etiquetas de los permisos, Photoshop, o si es una información antigua o actual. Además, los estudiantes dijeron que, al desconocer palabras nuevas reflejadas en la noticia, consultan diccionarios para interpretar de mejor forma lo que leen y ampliar su léxico (Ver Figura 15).

Figura 15

Prácticas que hacen los estudiantes al leer una noticia.



Fuente: elaboración propia.

Ante la interrogante si los estudiantes de la UFG han recibido durante su proceso de formación académica, alguna orientación relacionada a validar la información que se consume o comparte, el 43.31 % respondió afirmativamente; adicionalmente comentaron en qué actividad académica o asignatura les han proporcionado instrucción. A continuación, se presentan algunos de los comentarios expresados:

- Sí, en materias relacionadas con estudios de medios, los catedráticos casi siempre hacen hincapié en que debemos consultar la fuente de nuestra información y no dejarnos ir con la primera impresión que tengamos.
- Sí, los catedráticos siempre nos decían que verificáramos la fuente que estaba compartiendo la información, ya que en Internet se da mucho lo de las noticias falsas, que tienden a crear enfrentamientos de opiniones.
- Sí, aprendimos de la importancia de las fuentes.
- Sí, lo he recibido y considero que a los fines de calidad de la universidad es importante que la comunidad estudiantil profundice en estas temáticas, pues, mantengo mi pensamiento que como nación entraremos a un tiempo desinformativo donde la veracidad será poca o nula y será necesario que instituciones prestigiosas como nuestra alma mater no callen ante la ola de fanatismo que se avecina.
- Sí, en la materia de Gestión de la cultura y de la información, precisamente esa materia tenemos unos minutos donde se comparten noticias nacionales e internacionales de diferentes medios y con el tiempo que llevo recibiendo estas clases me ha servido a ser más crítico con las noticias ya que hay noticias de derecha e izquierda, o simplemente medios que solo muestran lo que les conviene y es allí donde comienza la investigación propia (...) puede haber medios verificados que estén brindando información a medias un ejemplo es lo que paso recientemente con Israel, donde la mayoría de medios pasaron videos todos con título “estamos contigo Israel, el pueblo elegido de Dios” y es el gran poder que tienen los medios al convencer a la población que solo lee, más no es crítica con la realidad.
- Sí, en clases de la universidad nos han orientado la importancia de investigar las fuentes.
- Sí, gracias a la materia de Sociedad de la información, me ha brindado información sobre estos tipos de temas.
- Los catedráticos en general siempre nos recomiendan el profesionalismo, prudencia.

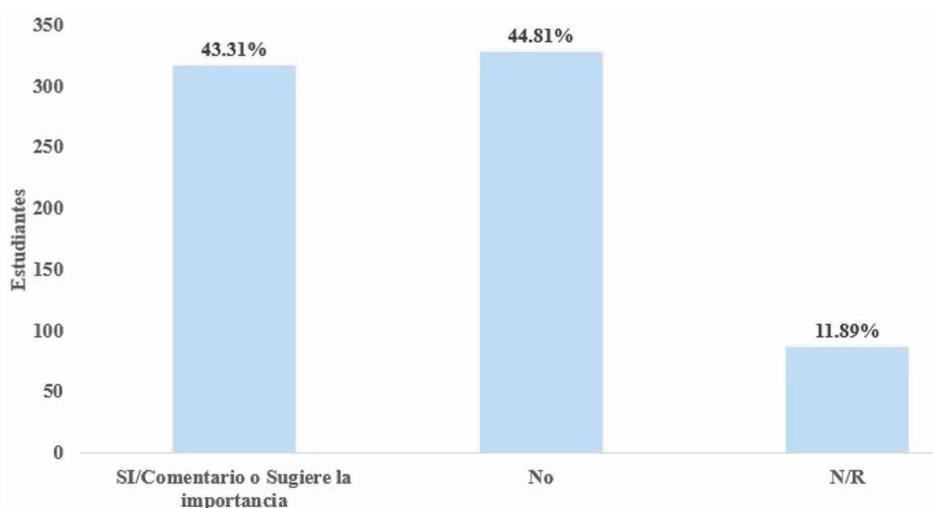
Adicionalmente, en los grupos focales los estudiantes expresaron que durante su proceso de formación en su mayoría han recibido orientación respecto a la validación de la información, destacando que en algunas asignaturas por su naturaleza tienen contenidos propios de la temática, como, por ejemplo: Sociedad de la información, Métodos de investigación, Documentación y archivo, Investigación jurídica, entre otras.

No obstante, un 44.81 % expresó no haber recibido ningún tipo de orientación y recomiendan dado que los docentes requieren trabajos de mayor calidad, sugieren se oriente respecto a temas como: presentar informes, trabajos de investigación, fortalecer los conocimientos de redacción de referencias bibliográficas para el buen uso de la información y respeto de los derechos de autor. El 11.89 % se abstuvo en responder esta interrogante.

La tendencia de esta respuesta es proporcionalmente distribuida entre un grupo de estudiantes que, si ha recibido orientación y los que no. Es concluyente mencionar que ellos tienen un nivel de conciencia de la importancia de aprender y conocer los procesos de validación de información (Ver Figura 16).

Figura 16

Orientación relacionada a validar información.



Fuente: elaboración propia.

Con el propósito de complementar aspectos relacionados a consumo de información/noticia, así como el uso de Internet y redes sociales, en los grupos focales se realizaron las siguientes interrogantes, las que se acompañan con el respectivo análisis de las mismas:

¿Qué es lo que más lee en el periódico para mantenerse informado?

Los estudiantes al leer los periódicos se interesan en la sección de noticias del ámbito social, político y entretenimiento, moda, deportes e injerencia social en El Salvador. Cabe enfatizar que los estudiantes generalmente no leen periódicos impresos, sino que en su mayoría son sitios de Internet con este tipo de contenidos.

¿Utiliza usted las redes sociales para poder informarse de acontecimientos nacionales, formación académica y para qué otra práctica las utiliza?

Respecto a esta pregunta, se reafirmó que los estudiantes utilizan las redes sociales para su formación académica, mencionaron que siguen redes sociales relacionadas con la universidad y otros que emiten información de becas y webinaros, además las utilizan para enterarse de los acontecimientos nacionales.

También expresaron que las utilizan para intereses personales como, por ejemplo: promoción y visibilidad de emprendimiento, entretención, vínculos sociales, para compartir información, enterarse de oportunidades de trabajo, consultar temas sociales para formación académica, recibir mensajes motivadores y de aprendizaje.

Además, detallaron que las redes sociales más utilizadas por ellos son: Facebook, Instagram, Twitter, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, YouTube; lo que reafirma lo respondido en algunas de las preguntas realizadas en este estudio.

En Internet, de manera generalizada ¿Qué contenidos buscas más?, ¿considera que el mucho consumo de la Internet afecta?

En relación con la primera interrogante los estudiantes expresaron que los contenidos que más buscan son diversos, entre ellos podemos mencionar: educación, comida, política, información relacionada a su ambiente laboral, cursos académicos que contribuyan a su formación profesional, noticias deportivas.

Respecto a la segunda interrogante, en su mayoría consideran que es sumamente útil en diversos aspectos; sin embargo, expresaron que el mucho consumo de Internet si genera afectaciones de no considerar el equilibrio y tiempos de navegación. Algunas de las afectaciones pueden ser emocionales y se reflejan en el comportamiento del individuo, limita la realización de actividades de la vida cotidiana, bajo rendimiento académico, entre otros.

Conclusión

La investigación permitió la identificación de las competencias mediáticas con las que cuentan los estudiantes de la universidad, al consumir y reproducir contenidos de los diferentes medios de comunicación; afirmaron que son conscientes de la importancia de realizar un proceso crítico de verificación para la gestión de los contenidos emitidos por los proveedores de información,

entendiéndose estos como: bibliotecas, archivos e Internet. Enfatizaban el considerar estos aspectos y no solo interactuar por factores emocionales.

Un aspecto a resaltar en esta investigación y que repercutió en los resultados obtenidos fue que un buen porcentaje de los participantes fueron estudiantes en nivel de egresados y de carreras mayormente de la Facultad de Ciencias Económicas, por lo cual se mostraron muy seguros de sus opiniones, manejaban terminologías idóneas a los temas abordados, expresaban sus experiencias al realizar diferentes trabajos de investigación en su proceso de formación en la universidad.

Adicionalmente, la investigación de campo realizada permitió ratificar que el canal de comunicación más utilizado por los estudiantes de la universidad son las redes sociales, las que usan para actividades académicas, conocer sobre becas, participar en webinarios e información pertinente a la universidad.

Asimismo, se constató que los estudiantes han aprendido a manejar herramientas para validar información que consumen, logran diferenciar cuando una información o noticia tiene tendencia a ser falsa, prefieren comparar la noticia con periódicos serios o en páginas web. Reconocen los conceptos de libertad de expresión, libertad de información, libertad de prensa y su importancia en la sociedad.

Los resultados anteriores son similares a los obtenidos por Carballo y Marroquín (2020), donde se refleja que “una de las actividades más comunes dentro de internet es el uso de redes sociales digitales” (p. 9), y en el cual también se les consultó “acerca de qué métodos ocupan para verificar que una información sea real” (p. 32).

Según Calles y Monterrosa (2020), “la manera de informarse del acontecer nacional o mundial es principalmente a través de las redes sociales” (p. 45); lo que se confirmó en esta investigación ya que los estudiantes en su mayoría señalaron que las utilizan como un mecanismo para informarse y enterarse de las noticias.

El rol del docente juega un papel importante para generar efecto multiplicador de generación de competencias en los estudiantes, fomentar el pensamiento crítico sobre los contenidos que emiten los medios de comunicación, sumado a ello, existen estudios como el de Carballo y Marroquín (2020), que en sus recomendaciones enfatizan “La formación docente en competencias mediáticas también es una meta importante, pues esto generará un efecto multiplicador hacia sus estudiantes” (p. 47); según los resultados de la investigación, en la Universidad Francisco Gavidia los docentes han incidido para que los estudiantes utilicen éticamente la información, resaltaron que en la asignatura Sociedad de la información les incentivan a la validación y verificación de las fuentes de información, lo que se fortalece con mediciones internas para medir el impacto de haber incluido temas sobre gestión de la información al currículum educativo de la universidad.

Sin embargo, también expresaron que no han recibido por iniciativa propia talleres u orientación referentes a la validación de la información, lo que da la pauta para que desde la formación de los estudiantes se fortalezcan o establezcan más mecanismos que les permitan evitar o reducir la desinformación sobre todo en las redes sociales y medios más consultados por los estudiantes.

Referencias

- Cabrera, M. (2015). *La promoción de competencias en información a través de plataformas virtuales. El caso del Entorno Virtual de Aprendizaje en la Universidad de la República*. Facultad de Información y Comunicación. Universidad de la República Uruguay.
- Calles Minero, C. y Monterroza, L. G. (2020). *Consumo de medios de comunicación por la juventud salvadoreña*. Universidad Tecnológica de El Salvador. https://www.utec.edu.sv/vips/uploads/investigaciones/investigacion_93_consumo_de_medios_de_comunicacion.pdf
- Campal, F. y Ordás García, A. (2021). *Competencias mediáticas e informacionales: juego y aprendo*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecaufg/titulos/175876>
- Carballo, W. y Marroquín, A. (2020). 2020 D. C. *Así dio vuelta el consumo mediático en El Salvador durante la COVID-19*. Escuela de Comunicación Mónica Herrera y Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, UCA.
- Carrera, P., Blanco-Ruiz, M. y Sainz-de-Baranda Andújar, C. (2020). Consumo mediático entre adolescentes. Nuevos medios y viejos relatos en el entorno transmedia. *Historia y comunicación social*, 25(2), 563-574. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/72285/4564456554974>
- Lau, J. y Le-Voci-Sayad, A. (2020). MIL Alliance – UNESCO: Su relevancia en competencias mediáticas e informacionales. En: I. Aguaded & A. Vizcaíno-Verdú (Eds.), *Redes sociales y Ciudadanía: Hacia un mundo ciberconectado y empoderado* (1a ed., pp. 41-45). Grupo Comunicar Ediciones. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2020>
- Martín-Barbero, J. (2014). Pensar la Comunicación en Latinoamérica. *Redes.com Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 10 (Edición Especial X Aniversario), 21-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5012380>
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, Kwame., y Cheung, C. (2011). *Alfabetización mediática e informacional: currículum para profesores*. UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>