

DESENREDANDO LA **DESINFORMACIÓN**: NOCIONES Y DISCURSOS DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA

Dra. Lidia Valera-Ordaz, Dra. Marina Requena-i-Mora,
Dra. Daphne Calvo y Dr. Guillermo López-García

<https://doi.org/10.3916/C72-2022-02>

INTRODUCCIÓN



La Desinformación ha adquirido una trascendencia creciente en el espacio público con la expansión de internet.



Las noticias falsas, se caracterizan por la voluntad de mentir por parte del emisor.

OBJETIVO Y MÉTODO

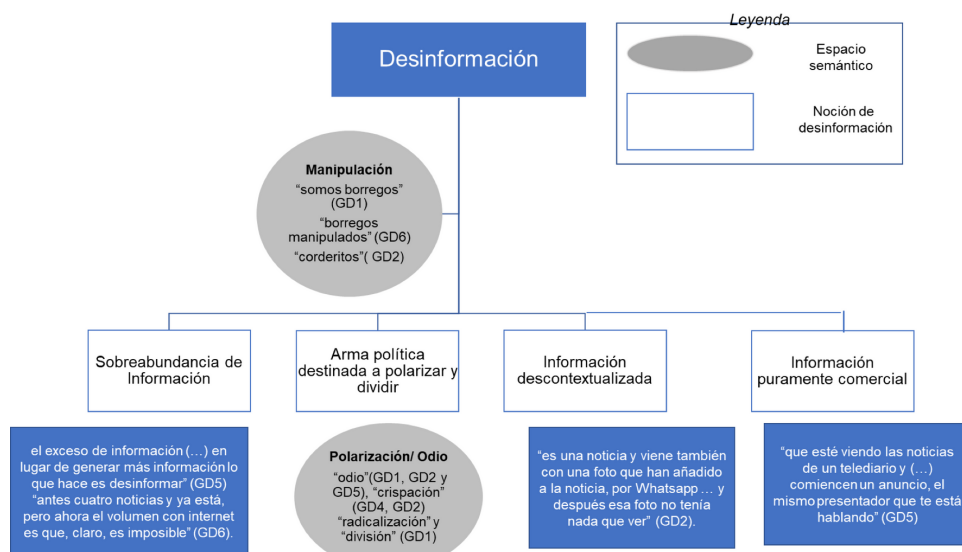
Este artículo busca conocer la percepción social de la población española de los entornos informacionales contemporáneos y las representaciones sociales que existen en torno al fenómeno de la desinformación.

7 grupos de discusión



Muestra según la situación laboral, la ideología y la edad.

RESULTADOS



Un pasado asociado con los medios de comunicación tradicionales y menor oferta informativa.

Percepción del ecosistema comunicativo estructurado en dos polos cronológicos

Un entorno informacional actual con más diversidad mediática, pero menos confianza en los medios.

CONCLUSIONES

Los resultados muestran que la edad es la variable que estructura de forma más importante la percepción de la población española sobre los ecosistemas comunicativos.



Los jóvenes otorgan más credibilidad a las redes sociales.

Los personas de mayor edad son las que presentan más confianza en los medios tradicionales.

Comunicar

www.revistacomunicar.com