

EL BULO EN LA EDAD DE LA INOCENCIA

En 2020, iniciamos una investigación social sobre el fenómeno de los bulos con la Universidad Complutense. Después de cartografiar la mentira desde diversas perspectivas, hemos bajado a la base social, a los más pequeños. **Queremos saber qué opinan sobre las denominadas fake news, pero más aún, queremos proyectar qué sociedad estamos construyendo y cuál va a ser su relación con la realidad.** Es el final de un trayecto y el comienzo de un nuevo viaje. Hacia la verdad.



EL DESCONOCIMIENTO, ESE GRAN ALIADO DE LA MENTIRA

En 2020, en lo más profundo de la pandemia, Torres y Carrera emprendió una peregrinación por el lado oscuro de la condición humana y la mentira que la abandera. Desde entonces, para evitar atajos oportunistas, todo el proceso lo hemos desarrollado en colaboración con la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid [UCM].

Este trabajo de investigación, denominado Proyecto Culebras, se inició con la creación y dinamización de cuatro bulos en las redes sociales. El éxito de los bulos constató nuestros peores presagios: nos ahogamos con deleite en la mentira.

En 2021, intentamos determinar sociológicamente el porqué de esta fascinación. Los medios y, sobre todo, las redes son herramientas necesarias para asentar la posverdad. Pero, mentir o no, depende de uno. Y estamos por la mentira. Cuanto más jóvenes, peor. Acabamos 2021, explorando el fenómeno bulos con la Generación Z y constatamos su alejamiento de la realidad. Bien por contexto. Bien por ideología.

Hoy compartimos los resultados de nuestra última inmersión en el océano de las fake news. Buceamos con los niños (12 años) que todavía no han sido bautizados generacionalmente. Estos son los resultados.

Xurxo Torres

CONTEXTO DEL ESTUDIO

El trabajo de investigación fue desarrollado durante los meses de noviembre y diciembre de 2021 en el instituto IES Pedro Salinas situado en el distrito de Usera [Madrid].

En concreto, el estudio se realizó en grupos de 1º ESO. Los estudiantes son en su gran mayoría nacidos en 2009 [12 años]. Gran parte del alumnado pertenece a familias inmigrantes.

MÉTODO EMPLEADO

Se combinan aspectos de recogida de datos con la formación en materia comunicativa inspirada en [MIL Educación](#) (Media and Information Literacy) de la UNESCO. La recogida de datos se realiza a través de un cuestionario validado con la UCM que los alumnos cubren antes de empezar el trabajo de campo y al finalizar el mismo. Entre medias, son organizados en tres grupos donde se comparte el tratamiento de actualidad ofrecido por tres canales diferenciados: las redes sociales, los medios de comunicación y las fuentes oficiales.

Para complementar el proceso se forma de manera transversal a todos los participantes en la identificación y no propagación de bulos.

El trabajo de campo se desarrolló en las propias aulas del Centro entre el 22 de noviembre y el 2 de diciembre, en sesiones partidas que sumaron un total de cuatro horas para cada grupo. El trabajo en aula fue realizado por Verónica Gayá [MIL Educación] con el apoyo en documentación y logística de La Línea Maginot ^[1].

“ Con 12 años recién cumplidos son “pequeños” aún para interesarse por los temas de actualidad, los casos de alumnos que están más al tanto de estos temas son excepcionales; los que hay suelen ser alumnos que tienen un buen enriquecimiento en el entorno familiar.

En general, todo el contenido expuesto les ha resultado complejo y ajeno a sus intereses habituales, especialmente los temas tratados por los medios de comunicación, seguido por los temas planteados por las fuentes oficiales. El mayor interés lo han mostrado en las reflexiones y la información que se les ha aportado sobre las redes sociales”.

Verónica Gayá – MIL Educación
El bulo en la edad de la inocencia

GRUPO FUENTES OFICIALES

Para analizar el conocimiento e impacto de las fuentes oficiales se manejan tres temas señalados por distintos organismos mundiales como los principales retos de la sociedad actual: cambio climático, pobreza y migraciones.

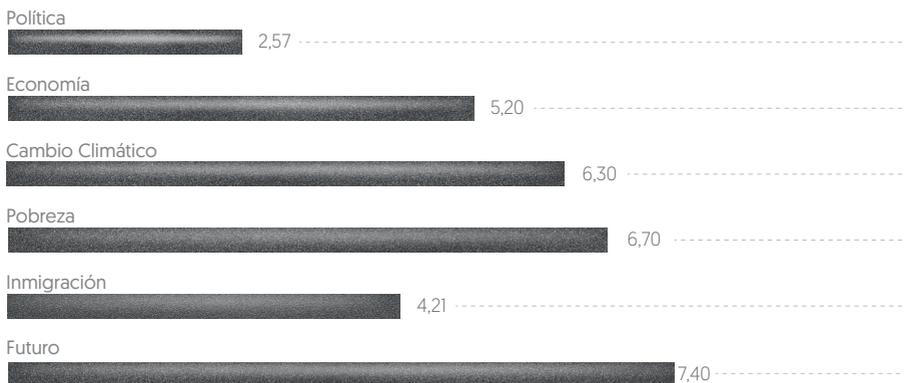
En este grupo, los alumnos muestran dificultad a la hora de reconocer una fuente oficial y, prácticamente, ninguno afirma haber utilizado una fuente oficial para obtener información sobre un tema de actualidad de su interés.

Lo más cercano a un acto de verificación se encuentra en alumnos interesados por algún acontecimiento futbolístico. En estos casos buscan la información en las cuentas oficiales de redes sociales de los propios equipos o en organizaciones deportivas relacionadas.

Conocen la web de la ONU por un trabajo de aula, una circunstancia que, en el contexto de todo el proyecto, evidencia la importancia que adquieren este tipo de iniciativas en la formación del pensamiento crítico.

¿Cuánto te preocupa?

En una escala de 0 a 10



Cambio climático

El cambio climático es uno de los temas que más les preocupan según la encuesta realizada. Es un tema que trabajan en clase y sobre el que han realizado trabajos escolares. Con todo, su percepción sobre cómo afecta al mundo o al futuro de la sociedad es superficial. Tampoco se mantienen al día de los acontecimientos sobre este tema, no tienen noticias de la Cumbre del Clima celebrada en Glasgow (y desarrollada en paralelo a los talleres), ni de perfiles como Greta Thunberg.

Cuando se les pregunta que a quién creen que afecta más esta cuestión, manifiestan claramente que es un tema al que jamás han prestado atención. Las primeras respuestas señalan a los países más desarrollados: “Nos afecta más a nosotros porque estamos rodeados de coches” o “El cambio climático afecta a todos por igual,

porque todos vivimos en el planeta” o “En el desierto no les afecta tanto, están acostumbrados al calor”.

Pobreza

También se muestran atentos y preocupados por este tema. La pobreza para ellos se identifica de pleno con países en vías de desarrollo y mencionan frecuentemente países africanos.

Respecto a la relación entre pobreza y género son capaces de identificar bien las causas que justifican que la mujer esté más desfavorecida [dificultad de acceso al empleo, cargas familiares...].

Migraciones

Los alumnos son capaces de identificar fácilmente los motivos y son sensibles a los problemas de la inmigración, aunque no tienen constancia de los millones de personas afectados por este fenómeno.



GRUPO MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Estos niños viven al margen de la función informativa de los medios de comunicación. Consumen básicamente televisión, pero solo como entretenimiento.

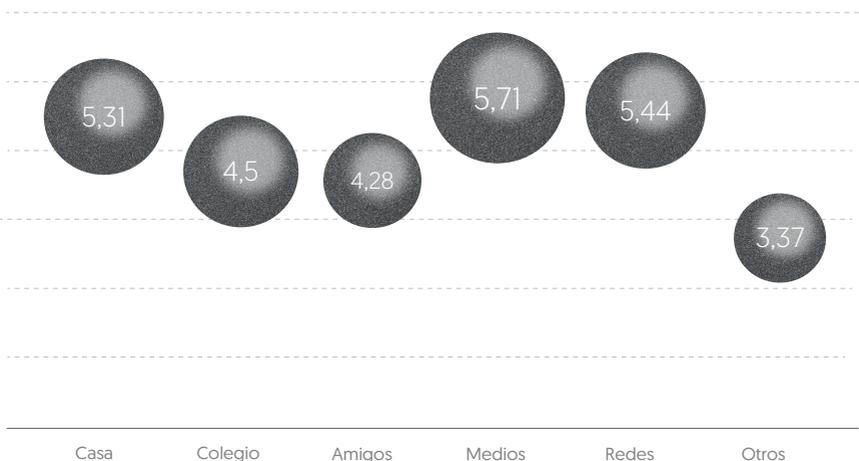
Ni ellos, ni la mayoría de sus familias, según sus propias declaraciones, los utilizan con interés informativo. Tampoco los emplean para verificar

informaciones dudosas que pudieran llegarles por redes sociales.

No reconocen los nombres propios de algunos medios de comunicación que mencionamos y no saben asociar ningún medio de comunicación con una línea editorial: “El Mundo se llama así por ser internacional, y El País, de España”.

¿Cómo te informas?

En una escala de 0 a 10



En la sesión en la que se comentan las portadas de la semana anterior la participación es poca y complicada porque los alumnos desconocen la mayoría de los temas tratados. Tienen serias dificultades para entender los titulares y, más aún, para reflexionar y desarrollar un pensamiento elaborado y crítico sobre ellos.

Por ejemplo, con la noticia de las **Pensiones** (negociaciones entre sindicatos y patronal ante la reforma de las pensiones), su conocimiento del tema no va más allá de qué son las pensiones y que en un futuro les pueden afectar, pero es una realidad alejada de su día a día, o que ellos sienten así, que les resulta compleja y a la que no prestan ninguna atención. Es imposible que, desde este punto de

partida, identifiquen la parcialidad de un medio.

Respecto al conflicto de **Cuba** (protestas en la isla demandando más libertad) algunos alumnos sí están al tanto, pero son otros tantos los que manifiestan abiertamente que no les importa. Una declaración acorde con un sentido individualista que se refleja cuando explican que solo les interesan los temas que les afecta en primera instancia:

- “No nos interesa lo que ocurre en Cuba”
- “Me interesa solo lo que pasa en España”
- “Me importa lo que pase en mi país”
- “Lo que pasa fuera de España no nos afecta”



GRUPO REDES SOCIALES

Todos los alumnos disponen de dispositivos móviles y casi la totalidad de ellos cuentan con perfil en redes sociales. Los que disponen de ellas tienen mayoritariamente TikTok, la mitad aproximadamente Instagram y solo el 20-25% Twitter.

Muchos de ellos afirman dedicar 4 horas ⁽²⁾ entre semana a redes sociales, pero ninguno de ellos afirma utilizarlas para estar informado sobre temas de actualidad.

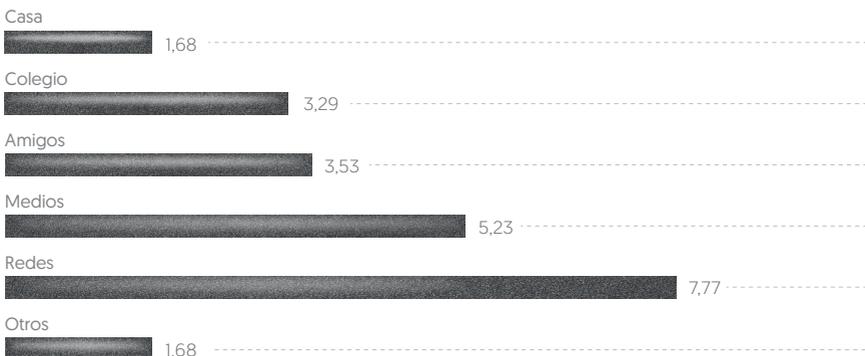
Reconocen que pierden la noción del tiempo y que quizás deberían dedicarle menos, pero les gusta, se

entretienen y deciden dejarse llevar.

Saben qué criterios necesita una noticia para ser tendencia. Reconocen algunos de los hashtags más populares de la semana anterior, los más relacionados con sus gustos y acordes a su edad: fútbol, cantantes, algún programa de televisión, pero no saben nada sobre #Austria [confinamiento de no vacunados], o sobre la reforma de la ley educativa (número de suspensos y aprobados), a pesar de ser un tema que sí les afecta de pleno.

¿Dónde encuentras más bulos?

En una escala de 0 a 10



FORMACIÓN SOBRE BULOS

Reflexión Fake News

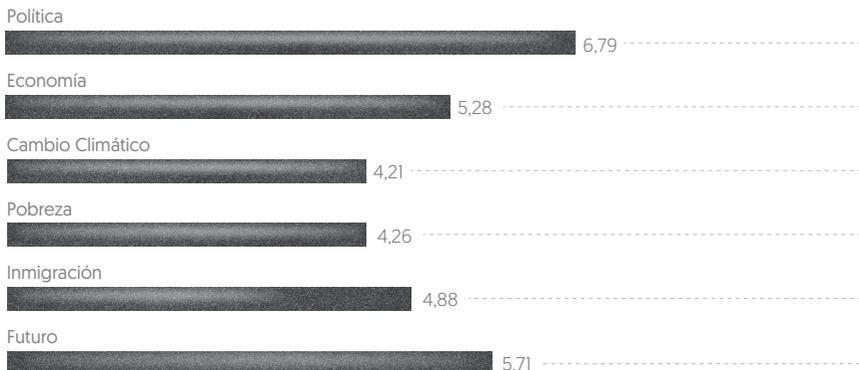
Si bien la práctica totalidad de los alumnos conoce el fenómeno de las fake news, parece que ninguno se ha parado a pensar ni el porqué, ni el cómo afecta a la sociedad ni a ellos mismos. Desconocen la intención manipulativa que pueden esconder los bulos. No saben que este tipo de contenidos se mueven por redes sociales más rápido y pueden llegar a más personas, ni tampoco han pensado hasta qué punto ellos pueden hacer algo al respecto.

Reflexión Big Data

Los alumnos no son conscientes de la cantidad de datos que vierten cada día a la red. Creen que esa información se limita solo a lo que publican. Desconocen por completo qué es el Big Data y, por tanto, las repercusiones que tiene en la utilización de las redes y la privacidad de estas. En ningún caso perciben las consecuencias negativas de las aplicaciones gratuitas, que recogen sus datos y los utilizan para beneficio propio o incluso para su venta a terceros.

Temas con más bulos

En una escala de 0 a 10



Reflexión “estar informado”

Todos los alumnos son capaces de entender la importancia de estar informado, pero se percibe una desidia general por intentar hacerlo. El primer problema, como se ha mencionado, es que no encuentran relación entre la actualidad y ellos mismos, todo les resulta ajeno. Ni siquiera están al tanto de asuntos que sí podrían llamarles más la atención como Glasgow (dado que el tema que más les preocupa es el cambio climático), o incluso la reforma de la Ley Educativa, que les va a afectar directamente.

Pero el mayor problema es que para ellos la actualidad informativa es compleja, el entorno parece no estar ayudando y todo apunta a que crecerán de manera paralela a lo que pasa en el mundo, viviendo en burbujas de contenidos relacionados con el fútbol, la música y/o los personajes y modas de las redes sociales.

Los alumnos no saben explicar “qué es la derecha y qué es la izquierda”. Además, tienen serias dificultades para nombrar a más de tres figuras políticas: Pedro Sánchez, Pablo Casado (que muchos no identifican con el PP) e Isabel Díaz Ayuso (que sí que identifican con la Comunidad de Madrid) son los únicos políticos que conocen en la mayoría de los casos.

“ ¿VOX es de izquierdas?”.

A pesar de este desconocimiento señalan la política como el tema que genera mayor número de fake news.

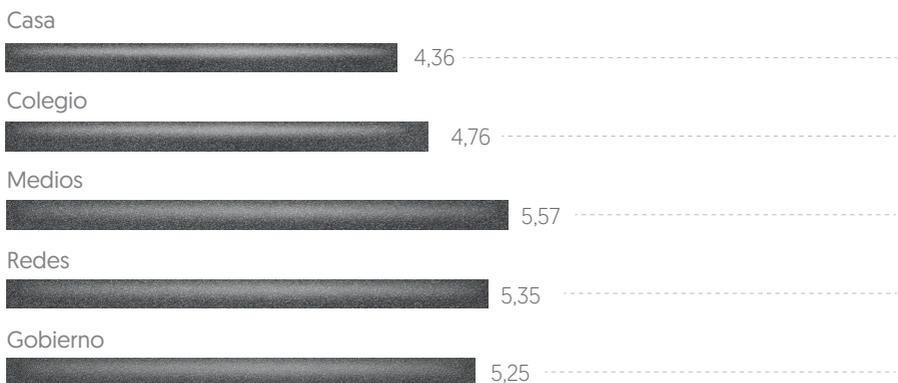
CONCLUSIONES

Los niños que han participado en este trabajo de investigación son conscientes de la mentira y de las consecuencias negativas que la acompañan: en una escala de 0 a 10 lo puntúan con 8,3. Pero más de la mitad [51%] asume que tiene dificultades para identificarlas y 7 de cada 10 no muestra interés en contrastar una información, aunque la identifiquen como falsa.

El nivel de conocimiento de la realidad es bajo. Sin embargo, la posición mejora notablemente si esos temas [pe. cambio climático] son tratados como trabajos de clase. Interaccionan más con las redes sociales que con los medios de comunicación, pero creen que **los medios son el agente social con más capacidad para combatir los bulos.**

¿Dónde se pueden combatir mejor los bulos?

En una escala de 0 a 10



Muestran lagunas importantes en temas políticos (pe. desubicación ideológica) y, en paralelo, son capaces de señalar la política como el ámbito donde se generan más mentiras.

Es como si faltara criterio informativo, especialmente relacionado con la actualidad, pero existiera una suerte de cultura social que inclina el fiel de su balanza.

En general, lo que se observa en este grupo de trabajo es que el

desconocimiento es el mejor aliado del bulo.

Dentro del Proyecto Culebras se ha constatado que en tramos de edad más “maduros” el bulo, su empleo y difusión están más relacionados con la forma de interpretar el mundo que nos rodea que con un desconocimiento real.

En estos niños, la mentira se posiciona infiltrándose en su inocencia. De manera proyectiva, es un problema relevante.

LA EDUCACIÓN

En el pasado, el paso de la infancia a la adolescencia llevaba aparejado una mayor entrada en el ámbito informativo a través de los medios de comunicación. En este sentido, el papel impreso favorecía la presencia de diarios tanto en domicilios como en establecimientos públicos.

Este paisaje ha desaparecido y, según muestran los estudios demoscópicos realizados en 2021 dentro de este mismo proyecto,

la Generación Z (la antecesora de este grupo de estudio -16 a 24 años-) es la más desapegada a la información de la que se tiene constancia. Esto es, las posibilidades de que los niños de 12 años mejoren su percepción de la realidad a medida que crecen son muy bajas.

En este escenario, el papel de la educación en el colegio y en las casas se antoja fundamental para romper dicha inercia.

EQUIPO

Coordina

Xurxo Torres

Dirige

Verónica Gayá

La Línea Maginot

Beatriz González
Marta Muñoz
Gabriel Bolaño
Helena Furtado
Adelaida Soriano

Diseño

Aria Hurtado
Enrique Sánchez
Juan Manuel Leralta
Lasa Álvarez
Loiola Corral



[1] La Línea Maginot es el taller creativo de Torres y Carrera.

[2] Según el Estudio Digital de Hootsuite, el 80% de los españoles se conectan a redes cerca de 2 horas diarias.

