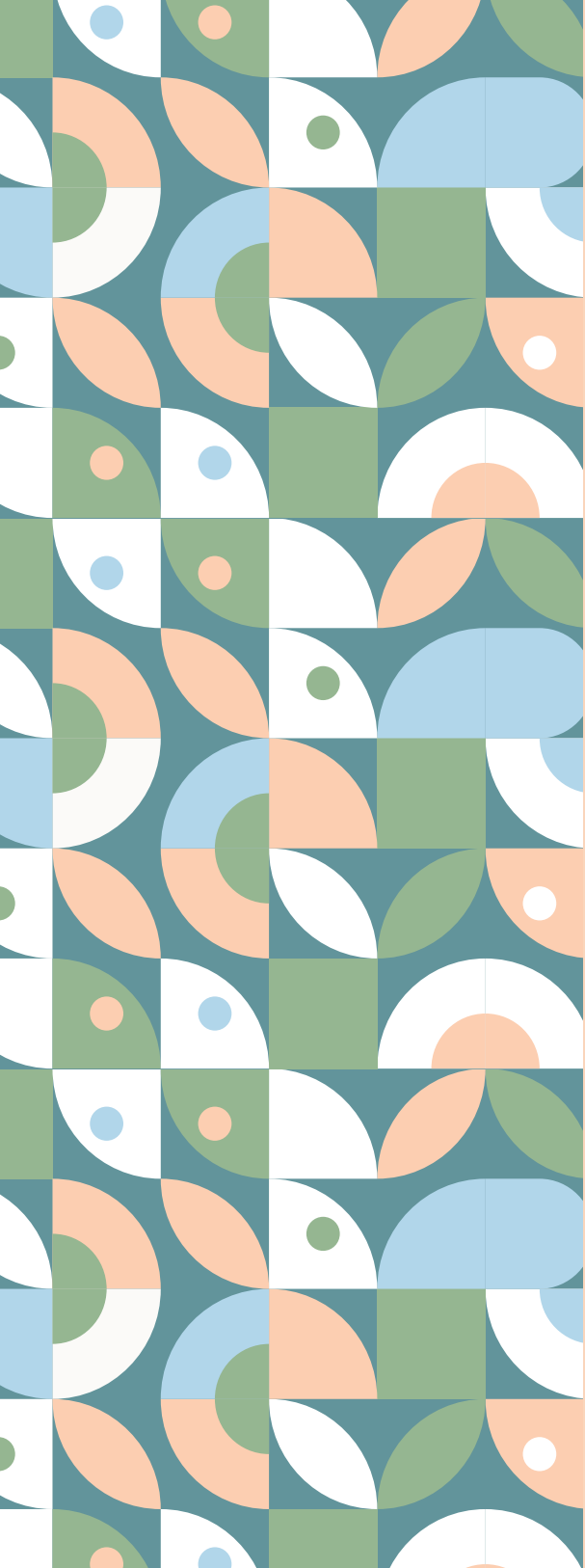




XXX



POLÍTICA, COMUNICACIÓN Y DERECHOS EN LA ERA DIGITAL

Andrea Mila Maldonado
Ana María Beltrán Flandoli
Claudia Guillén Arruda



POLÍTICA, COMUNICACIÓN Y DERECHOS EN LA ERA DIGITAL

Andrea Mila Maldonado
Ana María Beltrán Flandoli
Claudia Guillén Arruda
(Editores)



Editores

Andrea Mila Maldonado
Ana María Beltrán Flandoli
Claudia Guillén Arruda

Capítulo 13.

La alfabetización mediática de los menores de edad en Perú frente a las *fake news* en el entorno digital: un estudio desde la perspectiva de los profesores¹

Fernando Huamán-Flores²

Tomás Atarama-Rojas³

RESUMEN

Este estudio se propuso investigar el estado de la alfabetización mediática de los menores de edad en Perú, específicamente en relación

1. Agradecemos a los alumnos de la asignatura Investigación de Públicos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura por su colaboración con el trabajo de campo del estudio. Este capítulo de libro se adscribe al proyecto de investigación “La alfabetización mediática en los escolares peruanos: una aproximación a partir de la percepción de padres de familia y educadores”, ejecutado por el Centro de Investigación en Opinión Pública de la Universidad de Piura.
2. Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra (España), Licenciado en Comunicación y Bachiller en Filosofía por la Universidad de Piura (Perú). Es director del Centro de Investigación en Opinión Pública y profesor investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (Perú). fernando.huaman@udep.edu.pe
3. Doctor en Comunicación y Magíster Académico en Comunicación por la Universidad de los Andes (Chile) y Máster en Creación de Guiones Audiovisuales por la UNIR (España). Es profesor investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (Perú). tomas.atarama@udep.edu.pe

con su capacidad para discernir y enfrentar las fake news en el entorno digital. Para lograr este objetivo, se aplicó una metodología cualitativa que consistió en la realización de 16 focus group a profesores de colegios públicos y privados de primaria y secundaria. Los resultados revelaron que, tanto en colegios públicos como privados, los profesores identificaron serias deficiencias en los alumnos para identificar y discernir la información falsa de la verdadera. Además, destacaron la falta de formación y capacitación tanto en los alumnos como en ellos mismos para enfrentar este fenómeno en los ecosistemas digitales. Los docentes expresaron la necesidad urgente de implementar programas de alfabetización mediática desde edades tempranas para promover un consumo seguro y verificado de información en las redes sociales.

Palabras clave: Fake news, alfabetización mediática, menores de edad, desinformación, Perú.

1. INTRODUCCIÓN Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

En la actualidad, la alfabetización mediática de los menores de edad en Perú frente a las fake news en el entorno digital se ha convertido en un tema de creciente relevancia y preocupación. El propósito fundamental de esta investigación es examinar cómo los profesores en Perú abordan la alfabetización mediática de los menores frente a las fake news en el entorno digital. Esto se realiza desde la perspectiva de la percepción y experiencia de los educadores en la detección y manejo de la información falsa entre sus alumnos, con el fin de identificar desafíos y posibles estrategias de intervención. Los resultados y análisis presentados forman parte del proyecto de investigación más amplio denominado “La alfabetización mediática en los escolares peruanos: una mirada desde la perspectiva de padres y educadores”, impulsado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

El acceso generalizado a internet entre niños y adolescentes en Perú, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), muestra

una alta presencia en línea, con un 66.7% de niños y adolescentes entre 6 y 17 años usando internet, y un acceso del 81.8% en adolescentes de 12 a 17 años (INEI, 2023). Esta penetración digital destaca la importancia de abordar la alfabetización mediática en este grupo demográfico desde edades cada vez más tempranas, reconociendo que la actividad en línea es una realidad significativa en la vida cotidiana de los menores peruanos (Huber et al., 2018).

La falta de confianza en los contenidos en línea es evidente entre los menores, quienes usan las redes sociales como fuentes de información, pero muestran una percepción limitada sobre la veracidad de lo que consumen (Pérez-Escoda et al., 2021). Esta falta de confianza resalta la necesidad de fortalecer la capacidad de discernimiento y evaluación crítica de la información en estos usuarios jóvenes, preparándolos para interactuar de manera más segura y responsable en el entorno digital.

Pérez-Escoda et al. (2021) argumentan que la desinformación y las fake news son problemas amplificados por las redes sociales, lo que requiere acciones urgentes de diferentes sectores, incluyendo instituciones educativas y políticos. Estos autores destacan la necesidad de adaptar estrategias de alfabetización mediática para abordar específicamente los desafíos de las redes sociales, incluyendo el desarrollo de habilidades de verificación de información y el fomento de una actitud crítica hacia los contenidos en línea.

El estudio de Aïmeur et al. (2023) resalta la complejidad de detectar fake news en las redes sociales y la incapacidad actual de las técnicas de inteligencia artificial para abordar este problema de manera efectiva. Esto subraya la importancia de desarrollar habilidades humanas para identificar y contrarrestar la desinformación en línea, haciendo hincapié en la necesidad de educar a los menores en estrategias de verificación de la información y en el análisis crítico de los contenidos digitales.

La Unión Europea ha puesto énfasis en la alfabetización mediática como una medida crucial contra la desinformación, promoviendo políticas que involucran a la ciudadanía en la evaluación crítica de la información

(Sádaba & Salaverría, 2023). Esta perspectiva multinivel destaca la necesidad de abordar la alfabetización mediática no solo a nivel individual, sino también a nivel comunitario y social, reconociendo que la desinformación es un problema que requiere una respuesta colectiva y colaborativa.

Vartiainen et al. (2023) exploran la percepción de los niños sobre las fake news, mostrando que los menores perciben la desinformación en formas diversas más allá de las fake news, incluyendo rumores y mentiras compartidas en diferentes formatos en línea. Mansur et al. (2021) examinan cómo las habilidades cognitivas de los jóvenes influyen en su capacidad para identificar noticias falsas, destacando la importancia de mejorar la comprensión y evaluación crítica de la información para contrarrestar la desinformación. Esto destaca la complejidad del problema y la necesidad de educar a los menores en estrategias de evaluación ética y crítica de la información digital, preparándolos para enfrentar de manera más efectiva los desafíos que presenta lo digital.

El estudio de Dumitru (2020) revela la vulnerabilidad de los jóvenes a la desinformación en línea y su tendencia a actuar a partir de información falsa incluso cuando no confían en la fuente. Herrero-Diz et al. (2020) encuentran que los adolescentes tienden a compartir contenido en redes sociales basándose en intereses personales y en la apariencia de novedad, sin evaluar necesariamente la veracidad de la información. Esto señala la necesidad de mejorar la competencia mediática de los jóvenes para discernir entre información confiable y engañosa, fomentando una actitud más reflexiva y cautelosa hacia los contenidos digitales.

La capacidad de detectar y resistir la desinformación varía entre individuos, según la investigación de Peren Arin et al. (2023), quienes encuentran diferencias en la habilidad de detectar fake news según características demográficas y políticas de los encuestados que participan de su estudio. Esto sugiere la importancia de considerar estas diferencias al diseñar estrategias de alfabetización mediática, adaptando las intervenciones educativas para abordar las necesidades específicas de cada grupo de usuarios.

El estudio de Selnes (2024) muestra que, contrariamente a la percepción común, los adolescentes pueden utilizar los ejercicios para detectar desinformación como un estímulo para involucrarse más con las noticias y para verificar la información en medios convencionales, lo que sugiere una oportunidad para el fortalecimiento de la alfabetización mediática. Este hallazgo resalta la importancia de adoptar enfoques innovadores y motivadores en la educación mediática, aprovechando el interés de los jóvenes por la información digital para promover habilidades críticas y reflexivas.

En cuanto al contexto peruano, se ha identificado la necesidad de desarrollar un enfoque específico de alfabetización mediática para abordar los desafíos de los menores en las redes sociales, destacando la importancia de la escuela como un entorno clave para promover la conciencia crítica y las habilidades de evaluación de la información en línea (Mateus & Suárez-Guerrero, 2017). La integración de la alfabetización mediática en el currículo escolar y la capacitación de los docentes en estrategias efectivas de enseñanza digital son elementos clave para fortalecer la resiliencia de los menores frente a la desinformación y las fake news en línea.

Las investigaciones revisadas destacan la complejidad del problema, la necesidad de habilidades humanas para abordarlo, y la importancia de estrategias educativas adaptadas a las características específicas de las plataformas digitales y de los usuarios jóvenes. La integración de diferentes perspectivas y estudios empíricos subraya la urgencia y la relevancia de esta área de investigación y acción educativa, reconociendo que la alfabetización mediática es clave para empoderar a los menores como ciudadanos digitales responsables y críticos en la era de la información digitalizada.

Así, la alfabetización para las redes sociales, conocida como *Social Media Literacy*, se posiciona como una necesidad imperativa en el panorama comunicativo contemporáneo. Esta disciplina enfatiza la imperiosa tarea de instruir a los individuos en la interacción constructiva dentro de las plataformas digitales, reconociendo la inadecuación de las estrategias de alfabetización mediática convencional en este nuevo

escenario (Cho et al., 2022). Es crucial destacar la amplia presencia y participación de menores y adolescentes en las redes sociales, lo que suscita una seria inquietud sobre su capacidad para desenvolverse en este vertiginoso entorno digital (De La Fuente Prieto et al., 2019; Purington Drake et al., 2023).

El predominio del uso de las redes sociales en dispositivos móviles por parte de los menores plantea desafíos adicionales en términos de mediación y supervisión activa (Garmendia et al., 2022; Martínez et al., 2020). Esta situación subraya la necesidad urgente de abordar en el contexto peruano las complejidades vinculadas a la alfabetización mediática en menores, dado que los enfoques más cercanos se concentran principalmente en Estados Unidos y Europa (Costa-Sánchez & Guerrero-Pico, 2020; Livingstone, 2014; Milosevic et al., 2022; Ozturk Eyimaya & Yalçin Irmak, 2021; Vrabec et al., 2023; Zozaya-Durazo et al., 2023).

En el escenario peruano, se dispone de investigaciones que proporcionan un panorama esclarecedor de la situación general de la alfabetización mediática, enfatizando la imperativa integración de contenidos formativos en este ámbito dentro del marco curricular escolar (Mateus & Suárez-Guerrero, 2017; Mateus et al., 2022; Monteagudo-Gauvrit et al., 2022). Estas consideraciones resultan cruciales para la formulación de un diagnóstico certero de las necesidades específicas en esta esfera. Entre los agentes fundamentales para abordar la tarea de mejorar las competencias mediáticas, la institución educativa emerge como un espacio propicio para fomentar una actitud crítica entre los estudiantes frente a los desafíos que plantean los entornos digitales y mediáticos en constante evolución (Mesquita-Romero et al., 2022).

Para llevar a cabo la investigación que se plantea, que pone en relación los temas de alfabetización mediática, redes sociales, fake news y menores, se empleó una metodología cualitativa que incluyó la realización de 16 focus group con profesores de primaria y secundaria de colegios públicos y privados de educación básica regular en Perú. Estos focus group proporcionaron información valiosa sobre la percepción y

prácticas de los educadores en relación con la alfabetización mediática de los menores frente a las fake news en el entorno digital.

Este estudio representa un paso importante en la comprensión de cómo los educadores enfrentan el desafío de la alfabetización mediática en un contexto cada vez más digital y permeado por la desinformación. Los resultados obtenidos contribuirán a la formulación de estrategias efectivas para fortalecer la capacidad crítica de los menores frente a la información falsa y promover un uso responsable de los medios digitales.

La integración de estos enfoques teóricos y metodológicos planteados en esta investigación nos permite comprender la complejidad del fenómeno de las fake news y la necesidad de abordarlo desde múltiples perspectivas. Este estudio se posiciona como un aporte significativo al campo de la alfabetización mediática y la lucha contra la desinformación, ofreciendo ideas fundamentales para la acción educativa y política en el contexto peruano y más allá.

2. METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló a partir de un estudio cualitativo, que consistió en la aplicación de 16 focus group con profesores de primaria y secundaria de los colegios públicos y privados de educación básica regular en el Perú. Las condiciones de la muestra siguieron los siguientes criterios:

- Que tengan 5 años de experiencia como mínimo.
- Que tengan contrato a tiempo completo o sean profesores nombrados por el Estado.
- Que no tengan cargo directivo o administrativo.
- Que actualmente solo trabajen en el nivel primario o secundario, según corresponda.
- Que no pertenezcan a un partido político o sean líderes sindicales en el magisterio.

La variable de análisis explorada en los focus group fue “los escolares frente a las fake news (detección, efectos y formación)”. Las preguntas nucleares que guiaron el desarrollo de los focus group para esta investigación fueron las siguientes:

- Con la proliferación de internet todos accedemos a gran cantidad de información. En este contexto, ¿los escolares peruanos tienen herramientas para distinguir lo falso de lo verdadero?
- ¿Conocen casos donde los escolares han compartido información falsa?, ¿y casos donde ellos inventan información que luego comparten?, ¿a qué se debe la actual situación?
- En líneas generales, ¿cómo el sistema de educación peruano prepara a los estudiantes para que no se dejen manipular por la información falsa?, ¿se tratan estos temas en el aula?
- Desde su punto de vista, ¿en la escuela peruana se aborda el tema de la búsqueda de fuentes confiables y se enseña a contrastar y rectificar, cuando corresponda?

Los focus group se realizaron en el mes de mayo, todos ellos contaron con 6 participantes y tuvieron una duración aproximada de una hora cronológica.

3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1. Colegios públicos de primaria

Los docentes de los colegios públicos del nivel primario encuentran serias deficiencias en los alumnos peruanos para identificar la información falsa de la verdadera. Desde su punto de vista, los alumnos creen rápidamente lo que encuentran y comparten información sin la respectiva verificación. Reconocen que realizan esfuerzos por enseñar a los alumnos a contrastar información y a verificar las fuentes; pero

no son suficientes. Del mismo modo, son conscientes de que el sistema de educación no les ha brindado ni brinda la formación necesaria para afrontar este fenómeno propio de los ecosistemas digitales. Consideran, desde su punto de vista, que sus esfuerzos son insuficientes.

Al mismo tiempo, reclaman que el currículo educativo aborda el avance tecnológico como parte de la modernización educativa en el Perú, pero que el foco no está en la formación requerida para distinguir el buen contenido del que podría manipular a sus alumnos. Asimismo, consideran que el hogar no es un buen aliado para detectar las fake news, ya que la atención de los padres se centra en las horas de navegación y no en los procesos de filtrado de información para distinguir el contenido verdadero del falso. En términos generales reconocen que los profesores de primaria de los colegios públicos no están preparados para formar a los alumnos en la detección de fake news, aunque intentan orientar con las prácticas digitales a nivel usuario. Los pocos docentes que se preparan para conocer más del mundo digital lo hacen con sus propios recursos.

Consideran que es fundamental que los alumnos se formen en el consumo de información en redes sociales, pero reconocen que en el sistema educativo peruano faltan herramientas para promover un consumo seguro y verificado de información. Actualmente, las fake news no es un tema que forme parte de las preocupaciones del currículo escolar. Por lo general, los docentes no se sienten preparados para brindar una orientación adecuada respecto a estos temas, ya que, en algunas ocasiones, ellos tampoco pueden discernir entre información falsa y verdadera.

3.2. Colegios privados de primaria

Los docentes afirman que los estudiantes no saben detectar las noticias falsas porque carecen de la formación adecuada para identificarlas. Al mismo tiempo aseguran que sus instituciones no están preocupadas por capacitarlos en estos temas. Los profesores están sensibilizados respecto a la importancia de conocer cómo operan los ecosistemas digitales, por ello, reclaman capacitación para poder orientar y formar a sus estudiantes

respecto al uso de la tecnología; consideran que deben recibir capacitación sólida y permanente en el tiempo, por el vertiginoso avance de la tecnología. Argumentan que si los profesores no están preparados, los alumnos quedan vulnerables a los peligros del ecosistema digital.

Los profesores coinciden en que la formación para el uso de la tecnología debe ser un tema de intervención temprana, desde la primera edad escolar, con la finalidad de potenciar el pensamiento crítico respecto al consumo de medios, y así evitar que los alumnos se conviertan en víctimas de la desinformación y manipulación. Los docentes consideran que los menores de edad aceptan como verdad aquello que es popular en internet (contenido viral). La popularidad es un criterio que se erige por encima de verdad o la confianza de la fuente; esto, aseguran, debido a la alta susceptibilidad de los niños por la pertenencia a un grupo. Por este motivo, reiteran la necesidad de fomentar competencias digitales desde una temprana edad, pero creen que esto debe ir de la mano con un plan de formación para los docentes.

Es importante, desde la mirada de los profesores, que la formación para detectar las fake news esté alineada a los objetivos pedagógicos generales. Además, los docentes aseguran que estos esfuerzos formativos deben complementarse con la orientación de los padres. Sin el apoyo de la familia, aseguran, no se podrá alcanzar una formación efectiva. Por ello, destacan la necesidad de una mayor conciencia y participación de los padres en la vida digital de sus hijos.

Los docentes consideran que el Estado no impulsa capacitaciones para enfrentar los retos éticos de los ecosistemas digitales. Sin embargo, muestran una postura optimista, al considerar que es la misma tecnología la que puede ayudar a fomentar la capacitación de los docentes en la comprensión del mundo digital.

3.3. Colegios públicos de secundaria

Los docentes de secundaria de los colegios públicos señalan que sus alumnos presentan dificultades seleccionar buena información en el actual

entorno digital. Junto a ello, existe desinterés por parte de los estudiantes para verificar y diversificar las fuentes por las que acceden a la información. Por ello, los docentes aseguran que los estudiantes no saben distinguir la información falsa de la verdadera, no cuentan con las herramientas necesarias para formarse, ni tampoco están interesados en hacerlo.

En los estudiantes está generalizado en hábito de copiar y pegar información, por lo tanto, no están acostumbrados a buscar distintas fuentes informativas ni tampoco a contrastar las diversas opiniones. Creen que el escenario es desalentador ya que no ven interés por parte de los alumnos en contrastar con varias fuentes de información. Esto, aseguran, afecta el juicio crítico de los estudiantes, que se comprenden la realidad según quien se las cuente, sin mayor esfuerzo por contrastar. Esto, además, en la opinión de los docentes, empeora con la incursión de la Inteligencia Artificial.

Consideran que esta situación está influenciada por un contexto donde hay deficiente formación en el uso de la tecnología, tanto por parte del Estado como por el entorno familiar. De este modo, creen que los adolescentes están expuesto a la información falsa y son susceptibles de ser manipulados. Respecto al papel del Estado, aseguran que no existe preocupación por la alfabetización digital, a razón de que se sienten desactualizados y poco preparados para manejar las TIC's. En este contexto, intentan brindar alguna orientación a los estudiantes, pero no están familiarizados con las dinámicas del ecosistema digital.

3.4. Colegios privados de secundaria

Los profesores de nivel secundario de colegios particulares en Piura destacan que los estudiantes acceden fácilmente a la información en internet, pero tienen dificultades para verificar si los contenidos son verdaderos. Consideran que se trata de una juventud que está inmersa en el mundo digital, pero que se les dificulta discernir cuando están frente a un potencial contenido que los engañe o manipule. Asimismo,

los docentes afirman que sus alumnos están expuestos a las fake news, sobre todo, a las que están vinculadas a la idealización de estilos de vida que los adolescentes consideran exitosos.

Ellos están convencidos y señalan estar dispuestos a fomentar una lectura más rigurosa de las fuentes de Internet. Aseguran, además, que esta deficiencia en el pensamiento crítico no distingue niveles socioeconómicos ni estilos de vida. Existe, de modo generalizado, poco criterio y poca formación para abordar los problemas de la sociedad digital.

Los docentes de los colegios secundarios privados aseguran que la responsabilidad de una formación digital también recae en los padres, pero muestran apertura a formarse en alfabetización mediática. Al margen de la proliferación de las *fake news*, los docentes consideran enseñar a los estudiantes a cuestionar y verificar la información que consumen, desmitificando la vida idealizada que se presenta a través de las pantallas digitales. Se trata de un público que, aunque pendiente por formarse, está sensibilizado frente a una cultura de civismo digital.

4. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de los focus group revelan una preocupación compartida por los docentes de los colegios públicos de primaria en cuanto a las habilidades de los alumnos para discernir entre información verdadera y falsa en el entorno digital. Esta preocupación se refleja en la percepción de deficiencias significativas, tanto en los estudiantes como en los propios maestros, en lo que respecta a la capacidad de verificar fuentes y contrastar información. Los docentes reconocen que se esfuerzan por enseñar estas habilidades, pero consideran que los recursos y el apoyo institucional son insuficientes. Esta situación coincide con las ideas planteadas por Feijoo et al. (2023) y Feijoo & Pavez (2019), quienes destacan la importancia de la formación en competencias digitales desde una edad temprana y la necesidad de una capacitación sólida y continua para los docentes en el ámbito de la alfabetización mediática.

En contraste, los colegios privados de primaria muestran una mayor sensibilización respecto a esta problemática, reconociendo la importancia de la formación temprana en alfabetización mediática. Sin embargo, también señalan la falta de capacitación y apoyo por parte de las instituciones en esta materia. Los docentes de estos colegios argumentan que la formación para el uso crítico de la tecnología y la identificación de fake news debe ser una prioridad, dada la exposición de los alumnos a la desinformación en línea. Estas preocupaciones coinciden con las ideas planteadas por Sádaba & Salaverría (2023) y Mesquita-Romero et al. (2022), quienes resaltan la importancia de la formación en competencias digitales y la necesidad de alinearla con los objetivos pedagógicos generales.

En el ámbito de la educación secundaria, tanto en colegios públicos como privados, los docentes también expresan inquietudes similares en relación con las habilidades digitales de sus alumnos y su exposición a la desinformación en línea. Reconocen la importancia de capacitar tanto a ellos mismos como a sus estudiantes en la detección de fake news, pero enfrentan desafíos significativos debido a la falta de recursos y orientación en este sentido. La necesidad de integrar la formación en alfabetización mediática de manera transversal en el currículo y el papel crucial de la familia en este proceso emergen como temas clave. Estos hallazgos coinciden con las ideas planteadas por Livingstone (2014) y Vrabec et al. (2023), quienes enfatizan la importancia de una formación integral en competencias digitales y la colaboración entre la escuela y la familia para abordar los desafíos de la sociedad digital.

En resumen, los resultados de los focus group subrayan la urgencia de implementar estrategias efectivas de formación en competencias digitales y detección de fake news en el sistema educativo peruano. La brecha en la alfabetización mediática identificada en los contextos educativos analizados resalta la necesidad de un enfoque holístico y colaborativo entre docentes, instituciones educativas y familias para enfrentar los desafíos de la era digital.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media and Society*, 26(2), 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Costa-Sánchez, C., & Guerrero-Pico, M. (2020). What Is WhatsApp for? Developing transmedia skills and informal learning strategies through the use of WhatsApp—A case study with teenagers from Spain. *Social Media and Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120942886>
- De La Fuente Prieto, J., Lacasa Díaz, P., & Martínez-Borda, R. (2019). Adolescents, social networks and transmedia universes: Media literacy in participatory contexts. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 172–196. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1326>
- Dumitru, E. A. (2020). Testing children and adolescents' ability to identify fake news: A combined design of quasi-experiment and group discussions. *Societies*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/soc10030071>
- Feijoo, B., & Pavez, I. (2019). Audiovisual content with advertising intention in children's videos on YouTube: The case of the *Soy Luna* series. *Communication and Society*, 32(1), 313–331. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.313-331>
- Feijoo, B., Zozaya, L., & Sádaba, C. (2023). Do I question what influencers sell me? Integration of critical thinking in the advertising literacy of Spanish adolescents. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01872-y>
- Garmendia, M., Martínez, G., & Garitaonandia, C. (2022). Sharenting, parental mediation and privacy among Spanish children. *European Journal of Communication*, 37(2), 145–160. <https://doi.org/10.1177/02673231211012146>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., & Reyes de Cózar, S. (2020). Teens' motivations to spread fake news on WhatsApp. *Social Media and Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120942879>
- Huber, B., Highfield, K., & Kaufman, J. (2018). Detailing the digital experience: Parent reports of children's media use in the home learning environ-

- ment. *British Journal of Educational Technology*, 49(5), 821–833. <https://doi.org/10.1111/bjet.12667>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2023). *Estado de la niñez y la adolescencia en el Perú*. <https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/4298057-estado-de-la-ninez-y-adolescencia-enero-febrero-marzo-2023>
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39(3), 283–303. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0113>
- Mansur, S., Saragih, N., Ritonga, R., & Damayanti, N. (2021). Fake news on social media and adolescent's cognition. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.24329/aspiikom.v6i1.827>
- Martínez, G., Garmendia, M., & Garitaonandia, C. (2020). La infancia y la adolescencia ante las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs): Oportunidades, riesgos y daño. *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, 25(48), 349–362. <https://doi.org/10.1387/zer.21116>
- Mateus, J. C., & Suárez-Guerrero, C. (2017). La competencia TIC en el nuevo currículo peruano desde la perspectiva de la educación mediática. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 6(2), 129–147. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v6i2.6908>
- Mateus, J.-C., Jolls, T., Chapell, D., & Guzman, S. (2022). Media literacy in Peru: Reflections and comparisons on a 10-year journey. *Media Education*, 13(2), 55–63. <https://doi.org/10.36253/me-12365>
- Mesquita-Romero, W. A., Fernández-Morante, M. C., & Cebreiro-López, B. (2022). Critical media literacy to improve students' competencies. *Comunicar*, 30(70), 47–57. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-04>
- Milosevic, T., Bhroin, N. N., Ólafsson, K., Staksrud, E., & Wachs, S. (2022). Time spent online and children's self-reported life satisfaction in Norway: The socio-ecological perspective. *New Media and Society*, 1–22. <https://doi.org/10.1177/14614448221082651>
- Monteagudo-Gauvrit, M.-A., Caldas-Albornoz, M.-C., & Kun-Radovic, A. (2022). La alfabetización mediática e informacional en Perú: ¿Una demanda en busca de oferta? En I. Aguaded, A. Vizcaíno-Verdú, Á. Henando-Gómez, & M. Bonilla-del-Río (Eds.), *Redes Sociales y Ciudadanía. Ciberculturas*

- para el aprendizaje* (pp. 541–543). Grupo Comunicar Ediciones. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- Ozturk Eyimaya, A., & Yalçın Irmak, A. (2021). Relationship between parenting practices and children's screen time during the COVID-19 pandemic in Turkey. *Journal of Pediatric Nursing*, 56, 24–29. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2020.10.002>
- Peren Arin, K., Mazrekaj, D., & Thum, M. (2023). Ability of detecting and willingness to share fake news. *Scientific Reports*, 13(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-34402-6>
- Pérez-Escoda, A., Pedrero-Esteban, L. M., Rubio-Romero, J., & Jiménez-Narros, C. (2021). Fake news reaching young people on social networks: Distrust challenging media literacy. *Publications*, 9(2). <https://doi.org/10.3390/publications9020024>
- Purington Drake, A., Masur, P. K., Bazarova, N. N., Zou, W., & Whitlock, J. (2023). The youth social media literacy inventory: Development and validation using item response theory in the US. *Journal of Children and Media*, 17(4), 467–487. <https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2230493>
- Sádaba, C., & Salaverría, R. (2023). Tackling disinformation with media literacy: Analysis of trends in the European Union. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17–33. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Selnes, F. N. (2024). Fake news on social media: Understanding teens' (dis)engagement with news. *Media, Culture and Society*, 46(2), 376–392. <https://doi.org/10.1177/01634437231198447>
- Vartiainen, H., Kahila, J., Tedre, M., Sointu, E., & Valtonen, T. (2023). More than fabricated news reports: Children's perspectives and experiences of fake news. *Journal of Media Literacy Education*, 15(2), 17–30. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2023-15-2-2>
- Vrabec, N., Kačínová, V., Kitsa, M., & Majda, M. (2023). Non-formal education focused on the development of critical thinking and media literacy: The role and activities of key stakeholders in Slovakia. *Journal of Education Culture and Society*, 14(1), 493–502. <https://doi.org/10.15503/jecs2023.1.493.502>
- Zozaya-Durazo, L., Kačínová, V., Sádaba Chalezquer, C., & Feijoo Fernández, B. (2023). El consumo crítico de influencers por menores en Eslovaquia. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), m231102a01. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.624>