

## La credibilidad del periodismo político a través de las redes sociales entre estudiantes de una universidad pública del Perú

Diego Jesus Mamani Quispe  
Universidad de San Martin de Porres, Perú  
[dmamaniq@usmp.pe](mailto:dmamaniq@usmp.pe)

Manuel Marco Higuera Matos  
Universidad Nacional de San Agustín, Perú  
[mhiguera@unsa.edu.pe](mailto:mhiguera@unsa.edu.pe)

Erick Armando Lazarte Vera  
Universidad de San Martin de Porres, Perú  
[elazartev@usmp.pe](mailto:elazartev@usmp.pe)

Wilber Duilio Valverde Valverde  
Universidad Nacional de San Agustín, Perú  
[wvalverde@unsa.edu.pe](mailto:wvalverde@unsa.edu.pe)

### Resumen

El estudio examinó la relación entre el uso de las redes sociales y la credibilidad en la configuración de la confianza en el periodismo político entre estudiantes de una universidad pública del Perú. La investigación siguió un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y correlacional. Los hallazgos indican que, cuando los estudiantes universitarios recurren a las redes sociales para informarse con fines personales, tienden a desconfiar de las noticias relacionadas con la coyuntura política y de las opiniones expresadas por los poderes del Estado. En consecuencia, la confianza en los asuntos políticos se mantiene como un problema no resuelto, estrechamente vinculado a las prácticas ejercidas por los actores políticos peruanos y a las dinámicas propias del periodismo digital.

**Palabras clave:** periodismo político, redes sociales, estudiantes, confianza.

## Introducción

La proliferación de noticias en los medios digitales ha impulsado a diversos actores políticos a replantear su participación en el entorno digital (Casero-Ripollés, 2018). Las redes sociales han emergido como una de las principales fuentes de información entre los estudiantes universitarios, un nicho altamente relevante para la interacción con contenido político. Estas plataformas facilitan un acceso rápido y masivo a la información, al tiempo que configuran las formas en que la información política se produce, interpreta y comparte (Tandoc et al., 2018). Asimismo, proporcionan herramientas que permiten a los actores políticos difundir contenidos y fomentar la construcción de comunidad, complementando así a los medios tradicionales y ampliando el alcance de las audiencias (Oliver, 2017).

No obstante, el volumen excesivo de información que circula en las redes sociales plantea preocupaciones significativas respecto a la calidad del contenido producido y difundido, particularmente debido a la prevalencia de las fake news y a la polarización política, ambas alcanzando niveles de impacto alarmantes a escala mundial (Vosoughi et al., 2018). En los medios digitales, el crecimiento de las noticias falsas incluye a comentaristas que distorsionan la veracidad de los hechos con el único propósito de incrementar las interacciones y los comentarios (Bruns & Nuernbergk, 2019).

De acuerdo con un estudio realizado en España, las redes sociales constituyen el principal medio digital utilizado por los jóvenes, quienes declararon usar internet tanto para satisfacer el deseo de conexión permanente como para atender necesidades prácticas (Casas-Mas & Homont, 2024). Asimismo, investigaciones previas han demostrado que la calidad percibida de las noticias desempeña un papel significativo en la decisión de compartir contenidos en línea (Bhagat & Kim, 2023).

Estudios anteriores sobre fake news en medios digitales han evidenciado que el contenido político y la credibilidad de la fuente generan mayores niveles de interacción y comentarios por parte de las audiencias (Chaudhuri et al., 2025). Otras evidencias indican que el uso político de los medios digitales fomenta una mayor participación entre los jóvenes (Holt et al., 2013).

A pesar de estas dinámicas, la dependencia de las redes sociales plantea interrogantes críticos en torno a la credibilidad del periodismo político, que la literatura académica ya ha identificado como un ámbito fuertemente afectado por la desinformación y por procesos de personalización algorítmica que refuerzan sesgos informativos preexistentes (Schäfer & Metag, 2021).

Las universidades buscan promover la verdad y el conocimiento, siendo los estudiantes su principal audiencia; a nivel nacional, este grupo representa el 12,52 % de la población. Los estudiantes universitarios experimentan una exposición cotidiana a diversas formas de fake news. Con el fin de examinar las consecuencias del periodismo político en los medios digitales, el presente estudio investiga la relación entre el uso de las redes sociales y la confianza en el periodismo político entre estudiantes universitarios de la provincia de Arequipa. En particular, la investigación analiza la asociación entre los fines de uso de las redes sociales y las dimensiones de confianza vinculadas a la situación política, el poder ejecutivo y los partidos políticos en el

Perú. El estudio responde a la escasez de investigaciones que profundicen en el análisis del periodismo a través de redes sociales entre jóvenes en el contexto latinoamericano.

Estudios empíricos previos realizados con estudiantes universitarios en contextos europeos reportan patrones similares de escepticismo frente a la información política difundida a través de las redes sociales. Por ejemplo, investigaciones con estudiantes universitarios españoles muestran que un mayor uso informativo de las redes sociales se asocia con niveles más bajos de credibilidad percibida, especialmente en contenidos políticos y de asuntos públicos (Gavilán et al., 2022). Estos hallazgos sugieren que la desconfianza en el periodismo político digital no es específica de un contexto determinado, sino que refleja dinámicas estructurales más amplias que afectan a las audiencias jóvenes.

En América Latina, diversos estudios han abordado el papel de la comunicación digital en el periodismo desde una perspectiva cualitativa, analizando fenómenos como la desinformación y la diversidad de fuentes en los medios digitales (Espinoza Guanilo & Espinoza Guanilo, 2024), así como la comunicación política en entornos digitales y sus efectos sobre las fuentes confiables y los monopolios mediáticos (Martín Cornejo Urbina & Antonio Ruiz de Montoya, 2022). Desde una perspectiva cuantitativa, otras investigaciones han examinado los cambios tecnológicos en el periodismo impulsados por los procesos de comunicación digital (Arroyave Cabrera et al., 2023). El presente estudio busca contribuir a una comprensión más profunda de las dinámicas de consumo de información política en el contexto universitario y proporcionar una base empírica para la implementación de estrategias que promuevan un consumo crítico y responsable de los contenidos informativos.

#### *Credibilidad de las redes sociales*

El papel de la comunicación y de la psicología digital se ha expandido junto con los medios digitales, debido a la diversidad de contenidos disponibles y a su contribución en la formación de la opinión pública, lo que ha propiciado un estado de hiperconectividad (Curiel, 2015). Los jóvenes interactúan con las redes sociales en múltiples ámbitos, predominando los usos vinculados al entretenimiento; estas interacciones incluyen el seguimiento de influencers y la participación en espacios colectivos, impulsadas por diversos intereses motivacionales (de Ayala López & Santamaría, 2019). La confianza en los contenidos generados en estas plataformas depende en gran medida de los niveles de precisión e imparcialidad percibidos por los usuarios (Fard & Marvi, 2019).

#### *Periodismo político*

El periodismo político se centra en las noticias relacionadas con asuntos políticos que influyen en las decisiones y acciones de la ciudadanía (Dawson, 2025). Estos asuntos incluyen la actividad gubernamental, los procesos electorales y los debates legislativos en los que la sociedad participa de manera indirecta (Salazar Rebolledo, 2024).

La información proporcionada a la ciudadanía facilita la participación política (Lodtmann, 2023), al tiempo que contribuye a la comprensión de los procesos políticos y fomenta el compromiso cívico sustentado en el respeto y en los valores democráticos (Jang & Kreiss, 2024).

La transición hacia el periodismo digital, marcada por la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en la práctica periodística, ha generado una creciente desconfianza hacia las fuentes informativas confiables, afectando finalmente la confianza de la ciudadanía en la información política (Forja-Pena et al., 2024).

La transformación digital del periodismo político ha intensificado los desafíos relacionados con la credibilidad, la transparencia y la mediación profesional. Investigaciones en contextos iberoamericanos destacan que las redes sociales, si bien amplían el acceso a la información política, también amplifican la desinformación y debilitan los mecanismos tradicionales de confianza asociados a la autoridad periodística (Barredo Ibáñez et al., 2023; Guallar et al., 2022).

### **Metodología**

El estudio se enmarcó en el paradigma positivista, el cual enfatiza la observación del fenómeno de estudio por parte de los participantes. Siguiendo a Hernández et al. (2018), la investigación adoptó un enfoque cuantitativo orientado a contrastar la hipótesis planteada mediante la recolección de datos. En este marco, el estudio presentó un alcance descriptivo-correlacional, con el objetivo de caracterizar la credibilidad en las redes sociales y las actitudes hacia el periodismo político, así como de determinar la asociación existente entre ambos constructos.

La población estuvo conformada por estudiantes universitarios matriculados en una universidad pública de Arequipa, Perú, durante el período académico 2022, con un total de 27 101 estudiantes (UNSA, 2022). La estrategia de muestreo fue no probabilística por conveniencia, a partir de la cual se obtuvo una muestra de 313 estudiantes.

Todos los participantes de la muestra pertenecían al área de las ciencias sociales. Predominaron las estudiantes mujeres (63 %), mientras que los varones representaron el 37 % restante. La mayoría de los participantes se ubicó en el rango etario de 19 a 25 años, correspondiente al grupo juvenil, y la matrícula incluyó estudiantes desde el primer hasta el décimo semestre académico.

El acceso a los estudiantes se realizó previa autorización de los docentes de pregrado, y la participación se llevó a cabo tras la obtención del consentimiento informado mediante una encuesta en línea. La recolección de datos se desarrolló entre los meses de julio y agosto de 2022.

Se adaptó la Escala de Opinión sobre Redes Sociales, derivada de Frutos et al. (2021). El instrumento estuvo compuesto por 18 ítems y evidenció validez de contenido y de constructo mediante un análisis factorial exploratorio con rotación varimax, del cual emergieron dos dimensiones: la Dimensión 1, denominada contenido controversial y conflictivo, y la Dimensión 2, denominada medio de información y expresión personal. La escala presentó una alta consistencia interna, con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,95.

La Escala de Periodismo Político se basó en la propuesta de Salazar Rebolledo (2025) y estuvo integrada por 19 ítems distribuidos en las dimensiones de situación política, poderes del Estado y partidos políticos. La validez de contenido respaldó el instrumento, y el análisis de fiabilidad mostró una consistencia interna aceptable, con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,742.

Tabla 1. Operacionalización de variables

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>
Periodismo político	Situación política Poderes del estado Partidos políticos
Credibilidad de las redes sociales	Contenido polémico y conflictivo Información y expresión personal

Nota: Elaboración propia

El trabajo de campo se llevó a cabo mediante la aplicación de una encuesta en línea, administrada en coordinación con docentes universitarios y respaldada por la obtención del consentimiento informado. El análisis de los resultados se realizó a través de estadística descriptiva y del coeficiente de correlación de Pearson, dado que los datos cumplieron con los supuestos de normalidad. La presentación de los resultados se efectuó utilizando el software SPSS, versión 26, mientras que la verificación de la consistencia de los datos se realizó mediante hojas de cálculo de Microsoft Excel.

## Resultados y Discusión

El estudio examinó dos variables multidimensionales, para las cuales se evaluó la evidencia de validez y fiabilidad. La fiabilidad de la variable opinión sobre redes sociales alcanzó un nivel elevado, con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,95, mientras que el constructo periodismo político obtuvo un coeficiente de 0,742, superando el umbral de aceptabilidad. La evidencia de validez interna cumplió con los criterios establecidos mediante un análisis factorial exploratorio para la primera variable, mientras que la segunda variable se sustentó en la evaluación de la validez de contenido.

Los resultados descriptivos caracterizan las dimensiones del periodismo político.

Tabla 2. Estadísticos *de las dimensiones del periodismo político*

Estadísticos		situación política	Poderes del estado	Partidos políticos
N	Válido	313	313	313
	Perdidos	0	0	0
Media		2.90	2.99	3.70
Mediana		2.86	3.00	3.67
Desv. Desviación		0.66	0.57	0.74
Rango		4	4	4
Mínimo		1	1	1
Máximo		5	5	5

Nota. N=313. Elaboración propia

La confianza promovida por los medios de comunicación a través del periodismo político se mantiene limitada, en gran medida debido a las preocupaciones en torno a la transparencia de los flujos informativos durante el período pos-COVID. Predominó un nivel moderado de confianza en los partidos políticos, en la medida en que la cobertura mediática abordó las consecuencias de la pandemia y las estrategias de recuperación económica. Esta confianza, reflejada en las redes sociales, se originó principalmente en el uso de un lenguaje retórico orientado a alinearse con las demandas de la población peruana (Casero-Ripollés, 2021). La información política relacionada con la situación política general que circula en las redes sociales fue valorada de manera moderada por cerca de la mitad de los estudiantes universitarios, percepción influida por las posiciones polarizadas adoptadas por los periodistas políticos en las plataformas digitales (Broersma, 2021).

Los hallazgos del presente estudio evidencian que los estudiantes universitarios peruanos muestran un nivel moderado de confianza en el periodismo político difundido a través de las redes sociales. Este resultado es consistente con investigaciones previas que señalan que los jóvenes tienden a desconfiar de los medios digitales debido a la amplia proliferación de fake news (Swart et al., 2022).

Tabla 3. *Correlación entre los fines de las redes sociales y la confianza de las noticias políticas en medios digitales*

		Confianza de las noticias de la situación política de nuestro país mediante medios digitales
Opinión de las redes sociales	Correlación de Pearson	-,134*
	Sig. (bilateral)	0.018
	N	313
Contenido polémico e interés internos	Correlación de Pearson	-0.036
	Sig. (bilateral)	0.523
	N	313
Recolección de información y opinión personal	Correlación de Pearson	-,243**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	313

\*\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: \*\*p<0.01, \*p<0.05

Los estudiantes universitarios presentan diversas motivaciones para interactuar con las redes sociales y consumir noticias políticas sobre el país a través de estas plataformas. Predomina la desconfianza, y la relación observada resulta inversa y estadísticamente significativa ( $r = -0,134$ ;  $p = 0,018$ ). Tal como se muestra en la tabla, la búsqueda de contenidos controversiales a través de las redes sociales no presenta asociación con la credibilidad de las noticias sobre la situación política del Perú ( $r = -0,036$ ). En contraste, cuando el propósito principal es mantenerse

informado, la confianza en las noticias relacionadas con la situación política disminuye y sigue un patrón inverso ( $r = -0,243$ ).

Uno de los factores asociados a esta percepción de credibilidad se relaciona con la fuente de información. Como han demostrado estudios previos, la confianza en el periodismo político varía en función de la reputación del medio de comunicación y de los periodistas que difunden las noticias (Casero-Ripollés, 2021). En el presente estudio, los datos sugieren que los estudiantes prefieren fuentes tradicionales adaptadas al entorno digital, como los portales web de diarios de reconocido prestigio, por encima de los perfiles en redes sociales de periodistas independientes o influencers políticos.

Tabla 4. *Correlación entre los fines de las redes sociales y la confianza del periodismo de los poderes del Estado en los medios digitales*

		<b>Credibilidad de los medios tradicionales acerca del periodismo de los poderes del estado</b>	<b>Credibilidad de los medios digitales acerca del periodismo de los poderes del estado</b>
Opinión de las redes sociales	Correlación de Pearson	-0.025	-,191**
	Sig. (bilateral)	0.653	0.001
	N	313	313
Contenido polémico e interés internos	Correlación de Pearson	0.013	-0.110
	Sig. (bilateral)	0.812	0.053
	N	313	313
Recolección de información y opinión personal	Correlación de Pearson	-0.074	-,268**
	Sig. (bilateral)	0.192	0.000
	N	313	313

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: \*\* $p < 0.01$

Cuando los estudiantes universitarios buscan difundir contenido controversial en las redes sociales, la relación con la confianza en los medios digitales respecto de las noticias sobre los poderes del Estado se presenta como inversa y débil ( $r = -0,11$ ). En contraste, cuando la búsqueda de información constituye el propósito principal del uso de las redes sociales, la confianza en los medios digitales también sigue una relación inversa ( $r = -0,268$ ).

Estos resultados respaldan la noción de que la exposición a contenidos sesgados depende del discernimiento de los usuarios, el cual se encuentra estrechamente relacionado con su nivel de alfabetización mediática (García & Kim, 2024).

Tabla 5. *Confianza del periodismo de las noticias de los partidos políticos en medios digitales*

		Confianza del periodismo de las noticias de los partidos políticos en medios digitales
Opinión de las redes sociales	Correlación de Pearson	0.008
	Sig. (bilateral)	0.894
	N	313
Contenido polémico e interés internos	Correlación de Pearson	0.065
	Sig. (bilateral)	0.255
	N	313
Recolección de información y opinión personal	Correlación de Pearson	-0.071
	Sig. (bilateral)	0.210
	N	313

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: \*\*p<0.01

En cuanto a la relación entre el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes universitarios y la confianza en las noticias sobre los partidos políticos difundidas a través de los medios digitales, el análisis de correlación de Pearson no evidenció una asociación estadísticamente significativa, ni en el caso del rol del contenido controversial ( $r = 0,065$ ) ni en el de los fines de búsqueda de información ( $r = -0,071$ ).

## Conclusiones

El objetivo del estudio confirmó que el uso sostenido de las redes sociales contribuye a la percepción de desconfianza respecto de la situación política reflejada en los contenidos generados y compartidos entre los estudiantes universitarios, tal como lo evidencia una relación estadísticamente significativa, aunque débil ( $r = -0,134$ ). Si bien se observó una prevalencia en el consumo de contenido político a través de las redes sociales, la confianza depositada en las fuentes de información y en la calidad del contenido se mantuvo considerablemente baja. Los estudiantes mostraron una mayor disposición a confiar en fuentes tradicionales adaptadas al entorno digital —como portales web y medios de comunicación consolidados— en comparación con influencers o periodistas independientes que operan en plataformas como Facebook o Twitter (X).

Las correlaciones inversas y débiles observadas en este estudio son coherentes con investigaciones cuantitativas previas. Estudios centrados en estudiantes universitarios indican que, cuanto mayor es el uso de las redes sociales con fines informativos, mayor es la distancia crítica adoptada frente a la credibilidad de las noticias políticas (Gavilán et al., 2022; Barredo Ibáñez et al., 2023). Esto refuerza la idea de que la desconfianza no necesariamente se origina en

el desinterés, sino más bien en una mayor exposición a contenidos fragmentados, polarizados y difíciles de verificar.

Al examinar los fines de recolección de información y de formación de opinión que subyacen al uso de las redes sociales por parte de los estudiantes, el análisis evidenció un efecto significativo y negativo sobre la confianza en las noticias relacionadas con la situación política. En contraste, el uso de las redes sociales para generar contenido controversial no mostró asociación con la confianza en las noticias sobre la situación política.

No obstante, este patrón plantea preocupaciones en torno a la propagación de información no verificada, dado que los usuarios tienden a confiar en mayor medida en aquellos contenidos que refuerzan creencias preexistentes, contribuyendo así a la formación de burbujas informativas.

Las investigaciones futuras deberían comparar la credibilidad de las redes sociales entre distintas generaciones y realizar análisis comparativos que incluyan a otras universidades e instituciones de educación superior. Asimismo, estudios colaborativos con países de América Latina permitirían examinar similitudes en los niveles de confianza hacia las redes sociales en relación con los asuntos políticos.

El estudio presentó dos limitaciones. En primer lugar, la muestra siguió un diseño no probabilístico, debido a las restricciones de acceso a la población estudiantil completa en las distintas unidades académicas. En segundo lugar, como medida preventiva frente a las variantes de la COVID-19, la recolección de datos se realizó exclusivamente mediante la modalidad de encuesta en línea.

En cuanto a las implicancias para la ciudadanía, los hallazgos indican que el contenido político que circula en las redes sociales ejerce una influencia negativa, lo que subraya la necesidad de que las universidades promuevan la alfabetización digital, al tiempo que se incentiva a los medios de comunicación a comunicar sus objetivos de manera transparente dentro de los contenidos digitales.

## Referencias

- Arroyave Cabrera, J. A., Garcés-Prettel, M., Arroyave Cabrera, J. A., & Garcés-Prettel, M. (2023). Cambios en el periodismo y su impacto en la autonomía profesional: Evidencia del estudio *The Worlds of Journalism* en siete países de América Latina. *Cuadernos.Info*, 54, 318–340. <https://doi.org/10.7764/CDI.54.54055>
- Barredo Ibáñez, D., da Cunha, M. R., & Toledo, J. H. (2020). Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 275-283.
- Bhagat, S., & Kim, D. J. (2023). Examining users' news sharing behaviour on social media: Role of perception of online civic engagement and dual social influences. *Behaviour & Information Technology*, 42(8), 1194-1215. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2066019>

- Broersma, M. (2021). WALKING THE LINE: POLITICAL JOURNALISM AND SOCIAL MEDIA PUBLICS. En *The Routledge Companion to Political Journalism* (pp. 262-270). Taylor and Francis; Scopus. <https://doi.org/10.4324/9780429284571-24>
- Bruns, A., & Nuernbergk, C. (2019). Political Journalists and Their Social Media Audiences: New Power Relations. *Media and Communication*, 7(1), 198-212. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.1759>
- Casas-Mas, B., & Homont, L. P. P. (2024). La hiperconexión y la resignación digital entre el estudiantado de enseñanza superior. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 99-118. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2056>
- Casero-Ripollés, A. (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *Profesional de la Informacion*, 27(5), 964-974. Scopus. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Casero-Ripollés, A. (2021). INFLUENCING THE PUBLIC AGENDA IN THE SOCIAL MEDIA ERA: QUESTIONING THE ROLE OF MAINSTREAM POLITICAL JOURNALISM FROM THE DIGITAL LANDSCAPE. En *The Routledge Companion to Political Journalism* (pp. 322-329). Taylor and Francis; Scopus. <https://doi.org/10.4324/9780429284571-30>
- Chaudhuri, N., Gupta, G., & Popovič, A. (2025). Do you believe it? Examining user engagement with fake news on social media platforms. *Technological Forecasting and Social Change*, 212, 123950. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123950>
- Cornejo, M. (2022). El poder de la comunicación: medios, política y ciudadanos. *Comuni@cción*, 13(1), 74-85. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.1.674>
- Curiel, E. H. (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Transinformação*, 27(2), Article 2. <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/transinfo/article/view/6071>
- Dawson, P. (2025). Who controls 'the narrative'? Journalistic emplotment and political discourse in the networked public sphere. *Journalism*, 26(1), 228-244. <https://doi.org/10.1177/14648849241231682>
- de Ayala López, M. C. L., & Santamaría, P. P. (2019). Motivations of youth audiences to content creation and dissemination on social network sites. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 915-933. Scopus. <https://doi.org/10.5209/esmp.64816>
- Espinoza, A. (2024). Periodismo en tiempos de posverdad y desinformación. Analizando el trabajo de los periodistas para plataformas digitales de El Comercio y RPP. *Desde El Sur*, 16(2). <https://doi.org/10.21142/DES-1602-2024-0032>
- Fard, M. H., & Marvi, R. (2019). Viral marketing and purchase intentions of mobile applications users. *International Journal of Emerging Markets*, 15(2), 287-301. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2018-0291>
- Forja-Pena, T., García-Orosa, B., & López-García, X. (2024). The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital

- Journalism. *Communication & Society*, 237-254. <https://doi.org/10.15581/003.37.3.237-254>
- Gavilan, D., Martinez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2017). University Students and Informational Social Networks: Total Sceptics, Dual Moderates or Pro-Digitals. *Comunicar: Media Education Research Journal*, 25(53), 61-70. <https://doi.org/10.3916/c53-2017-06>
- Guallar, J., Codina, L., Freixa, P., & Pérez-Montoro, M. (2022). Disinformation, hoaxes, curation and verification: review of studies in Ibero-America 2017-2020. *Online Media and Global Communication*, 1(3), 648-668.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), 19-34. Scopus. <https://doi.org/10.1177/0267323112465369>
- Jang, H., & Kreiss, D. (2024). Safeguarding the Peaceful Transfer of Power: Pro-Democracy Electoral Frames and Journalist Coverage of Election Deniers During the 2022 U.S. Midterm Elections. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612241235819. <https://doi.org/10.1177/19401612241235819>
- Lodtmann, C. F. A. (2023). Periodismo político y elecciones regionales y municipales Perú (2022). *Historia y Comunicación Social*, 28(2), Article 2. <https://doi.org/10.5209/hics.85463>
- Oliver, S. E. (2017). Impacto político e informativo de las redes sociales: Esferas de actuación y comparación con los medios.
- Salazar Rebolledo, G. (2024). Voting in times of misinformation: New informational patterns and electoral behavior. *Estudios Sociológicos*, 42. <https://doi.org/10.24201/es.2024v42.e2538>
- Schäfer, M. S., & Metag, J. (2021). Audiences of science communication between pluralisation, fragmentation and polarisation. En *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology* (3.a ed.). Routledge.
- Swart, J., Groot Kormelink, T., Costera Meijer, I., & Broersma, M. (2022). Advancing a Radical Audience Turn in Journalism. *Fundamental Dilemmas for Journalism Studies*. *Digital Journalism*, 10(1), 8-22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2024764>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- UNSA. (2022). CANTIDAD DE MATRICULADOS POR FACULTAD Y PROGRAMA ACADÉMICO 2021 - 2022 [Pregrado 2021-2022]. <https://transparencia.unsa.edu.pe/handle/123456789/976>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science* (New York, N.Y.), 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>