



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**"Política en el Bolsillo, una revista para  
adolescentes"**

**Alumno: Natalia Herranz Noreña**

**Tutora: María Díez Garrido**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de  
América y Periodismo**

**Curso: 2023-2024**

## **"Política en el Bolsillo, una revista para adolescentes"**

### **AUTORA**

Natalia Herranz Noreña

### **RESUMEN**

"Política en el bolsillo: Creando una revista para adolescentes", es un proyecto de una página web dedicada a los jóvenes de hoy en día, sobre todo para las próximas generaciones en poder votar en España.

En la era en la que vivimos actualmente, la desinformación fluye tan rápidamente que es aterradora. La falta de comprensión del tema político puede afectar a las decisiones futuras, ya que la política desempeña uno de los papeles más importantes en la sociedad y en la configuración de nuestro futuro. A raíz de estos años se ha podido observar un creciente desinterés por la política entre las nuevas generaciones es por eso que la página web está destinada a que los jóvenes sepan más acerca de ello, y así poder encontrar informaciones que les pueden ayudar a entender ciertos términos de la política de manera clara y sencilla.

### **PALABRAS CLAVE**

Periodismo político, política, adolescentes, jóvenes, generaciones, desinformación

## **"Politics in your Pocket, a magazine for teenagers"**

### **AUTHOR**

Natalia Herranz Noreña

### **ABSTRACT**

"Politics in your pocket: Creating a magazine for teenagers" is a project for a website dedicated to today's young people, especially for the next generations to be able to vote in Spain.

In the era we currently live in, misinformation flows so quickly it's frightening. Lack of understanding of the political issue can affect future decisions, as politics plays one of the most important roles in society and in shaping our future. As a result of these years, it has been possible to observe a growing disinterest in politics among the new generations, which is why the website is intended for young people to know more about it, and thus be able to find information that can help them understand certain terms of the policy in a clear and simple manner.

### **KEYWORDS**

Political journalism, politics, adolescents, young people, generations, disinformation

## **Agradecimientos**

"El amor de los padres es el combustible que permite a un ser humano hacer lo imposible"

Gracias, de verdad, por vuestro amor, apoyo incondicional y sacrificio, por estar siempre a mi lado y por creer en mí, incluso en los momentos en los que yo no lo hacía.

A mis amigos de la carrera, quiero agradecerles por estos 4 años increíbles.

Agradecer también a Lina María por su confianza en mí.

Y por último, a mi tutora por ayudarme en este proyecto.

## ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>7</b>
<b>4.</b>	<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b>	<b>8</b>
4.1.	DESINFORMACIÓN EN ADOLESCENTES	8
4.2.	PERIODISMO POLÍTICO	10
4.3.	REDES SOCIALES Y DESINFORMACIÓN	11
4.4.	ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA	11
<b>5.</b>	<b>PLAN DE TRABAJO</b>	<b>12</b>
5.1.	CRONOGRAMA	13
5.2.	RECOPIACIÓN DE FUENTES	15
5.3.	MEDIOS NECESARIOS	16
5.4.	DISEÑO DE PRODUCCIÓN	17
5.5.	PRODUCCIÓN	20
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>21</b>
<b>7.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>22</b>
<b>8.</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>24</b>

## **1. INTRODUCCIÓN**

En la era digital en la que vivimos actualmente, donde la información fluye tan rápidamente a través de las redes sociales y los teléfonos móviles, la decreciente participación de los jóvenes en la política es aterradora. La falta de comprensión de este tema puede afectar las decisiones futuras, ya que la política desempeña uno de los papeles más importantes en la sociedad y en la configuración de nuestro futuro.

La creciente desinformación política entre los jóvenes es un fenómeno alarmante. Según el informe Digital News Report España de 2023, alrededor del 65% de los españoles muestra preocupación por la desinformación en el país, y los jóvenes son los que menos confían de las noticias especialmente en este ámbito. Además, se ha observado que la falta de confianza en la cobertura informativa es mayor entre los adolescentes de ahora que en generaciones anteriores. Otro estudio realizado en 2022 mostró que aproximadamente la mitad de los jóvenes españoles no confía en las noticias. Esta falta de confianza puede deberse a la exposición a informaciones engañosas, lo que se conoce actualmente como fake news, en las redes sociales, que es una fuente más común para los jóvenes. La sobreexposición a la desinformación y las noticias falsas en internet ha contribuido a la difusión de información sesgada y distorsionada, lo que dificulta que los jóvenes tengan una comprensión precisa de los asuntos políticos.

En este contexto surge la idea de crear "Política en el Bolsillo, creando una página web para adolescentes", una revista digital que pretende acercar la política a los jóvenes de una forma sencilla y potente. A través de internet podemos ver la importancia de este tipo de plataforma como herramienta para promover el interés y la conciencia política entre los jóvenes.

Este proyecto trata de analizar las razones de la falta de conocimientos políticos entre los adolescentes y cómo sitios web como "Política en el Bolsillo, creando una página web para adolescentes" pueden tratar de solucionar este problema. Para lograrlo se realizará un análisis de la situación actual, incluida una revisión de investigaciones anteriores, encuestas y entrevistas con expertos.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

En el presente trabajo profesional, se pretende mostrar, mediante una página web, diferentes contenidos que puedan entender y llamar la atención de los jóvenes acerca de su interés o sabiduría política.

Las razones por las cuáles se ha seleccionado el tema del interés político en los adolescentes se justifica por varios razonamientos. En primer lugar, se trata de un tema relevante para nuestro futuro. Se debe enfatizar la importancia de comprender cómo participan los jóvenes en la política y cómo obtienen la información sobre el tema. En un mundo globalizado, es importante examinar cómo la falta de interés y la falta de información política afectan la futura participación ciudadana y la toma de decisiones informadas.

En segundo lugar, esto tiene un impacto en la sociedad. Hay que explorar cómo el desinterés por la política entre los jóvenes afecta a muchas personas. Estos pueden incluir la ignorancia de los acontecimientos políticos actuales, el impacto de las normas sociales en la formación de opinión política y la participación ciudadana, y el deseo de desarrollar un sentido de ciudadanía desde una edad temprana. También cabría analizar las posibles razones que causan la disminución en la búsqueda de información política por parte de los jóvenes.

Y, por último, este Trabajo de Fin de Grado intenta proponer de una manera sencilla informaciones para abordar la disminución en la búsqueda de información política. Esto se realizará gracias a la creación de contenidos educativos y accesibles en línea.

### **3. OBJETIVOS**

Este Trabajo de Fin de Grado ha tenido como finalidad dar respuesta a los siguientes objetivos:

1. Acercarse a la esfera de interés político-juvenil gracias a los contenidos que se presentan en la página web.
2. Fomentar el interés y la participación política de los adolescentes.
3. Diseñar y desarrollar una página web interactiva y accesible para los adolescentes, que brinde información política de manera clara, sencilla y comprensible.

A través de estos objetivos se han planteado una serie de preguntas que han servido para poder realizar las diferentes entrevistas.

- ¿Qué es lo que puede ofrecer la política a los jóvenes?
- ¿Con los años ha ido aumentando el desinterés por la política?
- ¿La figura de político ha ido teniendo más desprestigio en la última década?
- ¿Es culpa de los partidos políticos actuales el gran desinterés generado?

#### **4. FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

La ausencia de interés y conocimiento de política en las nuevas generaciones es un tema preocupante y que no tiene gran reconocimiento en los medios de comunicación. Durante la elaboración de este proyecto profesional se ha contado con diferentes figuras tanto en el mundo de la política como de jóvenes para mostrar dónde se hayan los problemas de desinterés y presentar a las nuevas generaciones que les ofrece la política o cómo entenderla mejor para atraer su interés.

Previamente se va a realizar una contextualización de diferentes conceptos relevantes que se han encontrado durante el proceso de elaboración del proyecto.

##### **4.1. DESINFORMACIÓN EN ADOLESCENTES**

Según un reportaje de Junior Report, la desinformación entre los jóvenes es un problema causado por la proliferación de información en Internet. Es importante comprender la lógica detrás de este gran problema que nos afecta. Este gran problema se puede abarcar a su vez con la desinformación histórica que las nuevas generaciones presentan, como menciona Víctor Sampedro y Alejandro Baer en su marco teórico de *El recuerdo como olvido y el pasado extranjero. Padres e hijos ante la memoria histórica mediatizada*: “una infranqueable brecha generacional en lo que respecta al conocimiento y la vinculación con la historia del país. Entre los adultos los contenidos de la serie conectan con una memoria generacional y posibilitan un proceso de identificación, distanciamiento o crítica. Esto les permite generar un discurso...Sin embargo, entre los jóvenes la visión apenas provoca un flujo desordenado de información dispersa y desarticulada”.

En primer lugar, es importante explorar el significado y concepto de desinformación. Según la UNESCO en 2020, la desinformación se refiere a la divulgación de información falsa o engañosa, destinada a confundir o manipular al público. Esta definición proporciona una base para comprender las diversas formas en que la desinformación puede manifestarse en el entorno de los adolescentes.

Según una investigación publicada en el *Journal of Adolescence*, se ha observado que los adolescentes son más propensos a encontrarse con información falsa en comparación con otras generaciones. Mientras, una bibliografía de Pennycook y Rand en 2019 encontró que alrededor del 30% de los adolescentes encuestados compartieron noticias falsas en línea. Indicando esto una alta exposición a la desinformación entre los jóvenes y plantean preocupaciones sobre su capacidad para diferenciar la veracidad de la información.

También una investigación llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2020, se estimó que cerca del 37% de los adolescentes españoles han sido expuestos a noticias falsas en Internet. Es importante destacar que la educación y la alfabetización mediática desempeñan un papel crucial en la lucha contra la desinformación en adolescentes. Varios estudios, como el realizado por Breakstone et al. en 2019, han demostrado que la enseñanza de habilidades de pensamiento crítico y la capacitación en evaluación de fuentes pueden mejorar la capacidad de los adolescentes para discernir información precisa de la desinformación.

Además, la polarización política también juega un papel importante en la desinformación adolescente en España. Un estudio realizado por la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) reveló que los adolescentes con preferencias políticas extremas tienen más probabilidades de compartir información sesgada y noticias falsas que respalden sus creencias.

La desinformación política en los jóvenes es un fenómeno cada vez más preocupante en nuestra sociedad actual según pasan las futuras generaciones. En un mundo hiperconectado y con acceso ilimitado a información en cualquier momento del día, los jóvenes se encuentran expuestos a una amplia gama de mensajes políticos que pueden ser engañosos. La falta de habilidades críticas para evaluar la veracidad de la información y la influencia de las redes sociales son factores que contribuyen a la propagación de la

desinformación entre los más jóvenes. En este sentido, es crucial analizar y comprender el impacto de la desinformación política en esta etapa crucial de desarrollo, así como identificar estrategias efectivas para abordar este problema creciente.

Esta creciente desinformación es por la falta de conocimientos y habilidades para evaluar críticamente la información política. Un artículo del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), solo un 22,5% de las personas menores de edad entre 14 y 16 años reconoce haber recibido formación para comprender y detectar si una noticia es real o no, gracias al fomento del pensamiento crítico y de una opinión propia, según la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). Además, la polarización política también contribuye a esta gran moda de la desinformación en los adolescentes. Según un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Barcelona, los adolescentes tienden a consumir información que confirma sus propias creencias políticas, lo que los hace más susceptibles a la desinformación que se alinea con sus puntos de vista.

No obstante, para contradecir un poco lo que se ha mencionado, el trabajo académico de M. García (2008) de la Universidad Autónoma de Madrid resalta en sus conclusiones (página 156) que “los jóvenes manifiestan interesarse menos por la política y se abstienen en mayor número que los adultos, el resto de indicadores no confirma que los jóvenes sean especialmente apáticos hacia los asuntos públicos, o al menos, no lo son tanto en comparación con los adultos”.

## **4.2. PERIODISMO POLÍTICO**

Andreu Casero-Ripollés (2012) señala en su marco teórico en *El periodismo político en España: algunas características definitorias* que el periodismo político se organiza como una forma de comunicar las acciones de gobiernos, partidos y organizaciones políticas, eventos políticos, elecciones y todo evento relacionado con los asuntos públicos. Por lo tanto, presta atención a las actividades políticas de organizaciones y afiliados, como protestas, manifestaciones, movimientos sociales en el plano político.

Según el autor Martínez (2017) en su libro *El periodismo político en la era digital*, el periodismo político tiene como objetivo principal desempeñar un papel crítico e interventor del poder político, brindando a la ciudadanía información veraz y objetiva sobre los actores y procedimientos políticos. A su vez, González (2019) en el artículo de la revista

*Comunicación y Sociedad* titulado *El periodismo político y su influencia en la opinión pública*, recalca la importancia de las noticias políticas para moldear la opinión pública y promover la democracia. El autor cree que las noticias políticas deben ser independientes y funcionar adecuadamente para garantizar la credibilidad ante su audiencia y su capacidad para influir en las decisiones políticas.

### **4.3. REDES SOCIALES Y DESINFORMACIÓN**

Las redes sociales se han convertido en una parte ya fundamental de nuestras vidas, permitiendo conectar con personas de todo el mundo y acceder a una gran cantidad de información en segundos. Sin embargo, también han surgido preocupaciones sobre la desinformación que circula. Según un estudio realizado por el Instituto Reuters, aproximadamente el 54% de los españoles utilizan las redes sociales como fuente de conocimiento en las noticias, lo que las convierte en un canal bastante presente para la difusión de información actual. Sin embargo, el mismo estudio revela que solo el 38% de los encuestados confían en la información que encuentran en las redes sociales.

Uno de los principales canales que usan los adolescentes para buscar información política es a través de las redes sociales. Una investigación llevada a cabo por la Fundación Telefónica reveló que el 84% de los adolescentes españoles utiliza las redes sociales como fuente principal de información política. Sin embargo, muchos de ellos carecen de las habilidades necesarias para identificar y filtrar la desinformación.

Para evitar este problema, se han tomado algunas medidas. Por ejemplo, algunas redes sociales han implementado políticas para eliminar contenido falso y trabajar con investigadores independientes. También existen programas públicos de capacitación para mejorar las habilidades periodísticas y enseñar a los jóvenes a comprender y evaluar lo que leen en las redes sociales.

### **4.4. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA**

La alfabetización mediática se ha convertido en una habilidad clave en el mundo digital, especialmente en España, donde la tecnología y los medios juegan un papel importante en la sociedad. La alfabetización mediática significa comprender, analizar y utilizar críticamente los medios de comunicación y la información que se nos proporciona.

Según el informe "Alfabetización mediática en España 2020" elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el 75% de los españoles utiliza Internet como principal fuente de información. Esto apunta a la necesidad de desarrollar habilidades tecnológicas de los medios para gestionar y analizar la información en línea. Sin embargo, una encuesta realizada por la Asociación de Usuarios de Internet (AUI) evidenció que solo el 37% de los españoles se considera alfabetizado mediáticamente. Esto muestra que existe enorme brecha significativa en el conocimiento y la capacidad para analizar críticamente el contenido de los medios.

Además, organizaciones como la Asociación Española de Comunicación Científica (AECC) y la Asociación de Educación Mediática y Digital (EMMA) están trabajando para fomentar esta práctica a través de congresos, jornadas y formaciones. Es importante que los ciudadanos españoles aprendan habilidades para leer y publicar noticias de calidad y veraz para evitar la difusión de información falsa. La alfabetización mediática no es sólo la capacidad de evaluar la credibilidad de las fuentes de noticias, sino también la conciencia del sesgo de los medios y la distorsión de los hechos.

Según el marco teórico de varios autores en *Juventud y Política: Percepciones, actitudes y comportamientos* realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, el 82% de los adolescentes españoles entre los 14 y los 18 años utilizan las redes sociales como fuente de información política. Esto manifiesta la importancia que tienen las plataformas digitales a la hora de dar forma a las opiniones políticas de los jóvenes. No obstante, otro informe elaborado por el Observatorio de la Juventud en España anota que solo el 35% de los adolescentes encuestados se siente bien informado sobre los temas políticos del país. Esto apunta a una brecha en la alfabetización mediática política, ya que muchos jóvenes pueden estar expuestos a información sesgada o engañosa sin tener las herramientas adecuadas para analizarla y comprenderla correctamente.

## **5. PLAN DE TRABAJO**

A la hora de elaborar este proyecto se ha usado la revisión bibliográfica y documental para poder realizar el apartado de fundamentos teóricos y también, para que fuese posible el proceso de las entrevistas y los artículos que la componen. Para realizar las entrevistas se ha contado con la participación de actores políticos y adolescentes, todos ellos de nuestro país.

Para llegar a la elaboración final de este proyecto, en un primer momento, se han pasado por diferentes ideas que resultaron fallidas por diferentes situaciones. En un primer momento el trabajo final no se tenía claro si iba a formar parte de un proyecto periodístico profesional o uno académico, después de reflexionarlo con la tutora, se llegó a la conclusión de hacer un Trabajo Fin de Grado profesional, basándose en una página web. Para trabajar en este proyecto final, se ha elaborado un plan de trabajo y posteriormente se ha realizado un cronograma reflejando cada paso dado para que esto fuese posible. Todo este trabajo se va a realizar durante el curso académico 2023-2024.

### 5.1. CRONOGRAMA

A continuación, se va a adjuntar de manera gráfica el cronograma donde se detalla la elaboración del Trabajo Fin de Grado, desde el primer paso, en octubre de 2023, hasta la idea y proyecto final, en 2024.



Imagen 1 cronograma TFG 2023  
Fuente: elaboración propia

# 2024

DÍA	MES	PROCESO LLEVADO A CABO
24	FEBRERO	Creación nombre, secciones
26	FEBRERO	Creación página web
3	Marzo	Creación posibles logos
28	MARZO	Intentar contactar con fuentes
3	ABRIL	Logo definitivo

Imagen 2 cronograma TFG 2024  
Fuente: elaboración propia

# 2024

DÍA	MES	PROCESO LLEVADO A CABO
8	ABRIL	Quedada con Leandro Martín
9	ABRIL	Página web finaliza y publicada
15	ABRIL	Contactar con nuevas fuentes
20	MAYO	Quedada con Sofia Molano
5	JUNIO	Quedada con Juventudes Obreras PSOE Segovia
11	JUNIO	Quedada con Sonia Jiménez

Imagen 3 cronograma TFG 2024  
Fuente: elaboración propia

En el 2023 durante los meses de octubre a diciembre se comenzó a plantear el proyecto y cómo sería su estructura, para ir dándole forma. Una vez se habló con la tutora y tras haber dejado elegido tema y el formato definitivo, se comenzó la búsqueda de futuras fuentes con las que se podría contactar para la elaboración del contenido de la página web. A su vez, se empieza a trabajar con el plan de trabajo y los fundamentos teóricos.

En febrero de 2024 se dio inicio a la creación de todo el material necesario, como el nombre, el logotipo y la página web. Posteriormente, en marzo, se comenzó a establecer contacto con las fuentes potenciales y se aguarda su respuesta.

Durante los meses de abril, mayo y principios de junio se llevaron a cabo reuniones con las fuentes para realizar las entrevistas y, posteriormente, publicarlas.

## **5.2. RECOPIACIÓN DE FUENTES**

A lo largo del desarrollo del proyecto se han empleado múltiples fuentes para conseguir la información y poder realizar la página web.

En primer lugar, se utilizaron fuentes personales, las cuales se tuvieron que buscar y contactar previamente con ellas para su participación. Desde un primer momento se intentó buscar fuentes variadas que dieran distintas perspectivas con relación al tema principal, la participación y desinterés de la política en las nuevas generaciones. A finales de marzo se escribieron numerosos correos al presidente del PSOE de Valladolid, al presidente del PP de Valladolid, juventudes políticas tanto del PSOE Como del PP de Valladolid y Segovia. Finalmente, las únicas personas de las que se obtuvo respuesta fueron: Leandro Martín, (presidente del PSOE en Valladolid) y Alfonso Sanz en representación de juventudes políticas de partido socialista de Segovia.

Posteriormente, se intentó volver a contactar con el actual alcalde de Valladolid, Jesús Julio Carnero, y se tuvo respuesta para poder hablar telefónicamente de la entrevista con Juan Manuel García Ayuso que sería el que la gestionaría. Finalmente, después de varios correos y llamadas y enviar el plan y dirección de la entrevista nunca se recibió respuesta, por lo que se terminó descartando la entrevista.

Asimismo, se contactó con juventudes políticas del Partido Popular de Calahorra y se le envió la entrevista puesto que fue el único medio por el que acordamos la entrevista, pero no hubo respuesta, por lo que se acabó descartando igualmente.

A continuación, se van a citar las fuentes personales que aparecen en la página web aportando su nombre y a la agrupación a la que pertenece o el cargo.

- Leandro Martín Puertas: presidente del Partido Socialista Obrero de Valladolid.
- Sofía Molano Castro: estudiante de 15 años segoviana de segundo de la E.S.O.
- Alfonso Sanz en representación de juventudes políticas de partido socialista de Segovia.
- Sonia Jiménez de Pablos: estudiante de 21 años de la carrera de Geografía, Geotecnología y Sostenibilidad Territorial en la Universidad Autónoma de Madrid.

Por otro lado, se utilizaron fuentes documentales, que resultaron fundamentales en la investigación y el estudio del tema. Se utilizaron materiales como artículos, informes y documentos oficiales. Gracias a estas fuentes se proporcionó información veraz y fiable. Al utilizar fuentes documentales se pudieron realizar las secciones “Que no se te pase” y “Burrocracia” para proporcionar a los lectores más jóvenes una información de calidad y poder transmitirlo con un lenguaje sencillo y accesible.

### **5.3. MEDIOS NECESARIOS**

Para elaborar la página web: “Política en el bolsillo, una revista para adolescentes”, se ha elegido trabajar con tres herramientas esenciales. La principal ha sido *Wix* y de manera complementaria, la página web de diseños *Canva*, así como *Pixabay*.

En primer lugar, la plataforma de *Wix* se ha usado para diseñar y desarrollar una página web atractiva y funcional, adaptada a las necesidades específicas del proyecto. Siendo esta la herramienta que más ha sido utilizada. La razón principal por la cual se ha seleccionado este instrumento es su facilidad para organizar y presentar la información de manera clara, accesible y visual. Se pudieron crear las secciones dedicadas a los diferentes apartados que trata el proyecto.

Con *Wix*, los usuarios pueden elegir entre una amplia variedad de plantillas prediseñadas y adaptarlas según sus preferencias o proyectos. Además de ofrecer amplia gama de funciones y herramientas para mejorar la apariencia y funcionalidad de los sitios web, creando una página web llamativa y visual según el gusto de cada usuario y fácil de usar y comprender para el público leyente.

Por otro lado, se encuentra la herramienta con la que se ha trabajado de manera complementaria, la página web *Canva*. Una gran cualidad que posee esta herramienta es la variedad de modelos y herramientas disponibles. En este proyecto hemos podido crear para la página web el logo y los diferentes mapas mentales que hay en parte de las publicaciones, en forma de resumen o información complementaria para comprenderla mejor, también se creó una infografía para una entrevista que incluía información adicional.

Por último, se utilizó la aplicación de *Pixabay* con el fin de extracción de fotografías para exponer en los diferentes artículos. Una de las principales ventajas que contiene esta herramienta es que todas las imágenes están bajo la licencia Creative Commons CCO, donde figura que se pueden utilizar para cualquier propósito sin necesidad de pedir permiso ni atribuir crédito al autor. Por lo que ha sido de gran ayuda a la hora de precisar recursos visuales.

#### **5.4. DISEÑO DE PRODUCCIÓN**

“Política en el bolsillo: Creando una revista para adolescentes” es un proyecto periodístico de una página web destinada a los jóvenes de hoy en día, sobre todo para las próximas generaciones en poder votar en España. Su objetivo es poder ser una página funcional donde los adolescentes puedan concurrir para ver que les ofrece la política, contenidos básicos sobre ella o términos que no lleguen a comprender.

Una parte fundamental de este proyecto fue la elección del nombre. Cuando se comenzó a diseñar la página web en febrero, se contó con diferentes opciones, entre las más destacadas estaban “Política con piquete”, “Saberes de adolescentes”, “Política en construcción” y, por último, “Política en el bolsillo”, que fue la opción escogida. El nombre se eligió con base en su sonoridad y el juego de palabras para atraer con ello a los lectores. La composición del nombre se basó en dos palabras principales: “política”,

debido a que es el enfoque central del proyecto; y “bolsillo”, conforme a que es accesible y se puede ver en todo momento. También puede interpretarse como una metáfora del empoderamiento. Cuando los jóvenes tienen la política en el bolsillo, tienen el poder de influir en los temas que les interesan, tienen la oportunidad de educarse, participar y expresar sus ideas de manera libre.

La elección de los nombres de cada sección de la página web fue algo meditado e importante para atraer la atención de los lectores, sobre todo el de los jóvenes. Los nombres de las columnas debían ser atractivos y pertinentes para esa audiencia; por lo tanto, los nombres definitivos seleccionados fueron: “Abriendo yogurines”, “Que no se te pase”, “Burrocracia” y “Espejo interior”.

- “Abriendo yogurines”: es una sección informativa diseñada para que los jóvenes puedan comprender la política y lo que esta tiene para ofrecerles. Esta sección se centra principalmente en entrevistas con políticos, líderes juveniles y jóvenes, lo que permite acercarse al mundo de la política y tener la oportunidad de comprender pensamientos y opiniones políticas.
- “Que no se te pase”: es un apartado dedicado a transmitir aquellas informaciones que no se les puede pasar por alto, que tienen que deben tener en cuenta o importantes.
- “Burrocracia”: esta sección es un pequeño glosario con el cual los adolescentes podrán aprender más de la política española, o de términos que han escuchado, pero no llegan a comprender.
- “Espejo interior”: un espacio para conocer a la autora y, las motivaciones para emprender este proyecto

La creación del logo fue un proceso largo de experimentación donde se realizaron varias muestras hasta llegar al que se utilizó finalmente. El logo es de las partes más importantes del proceso creativo ya que es una representación visual del proyecto, y su diseño debe transmitir de manera efectiva la identidad y los valores que tiene la página web. Para su creación se utilizó la herramienta de *Canva*. Al final se optó por el diseño más sencillo para facilitar su memorización en la mente del público. Al igual que la

elección de los colores donde se centra el fucsia (#E33292), el verde (#BCE29E) y un rosa claro (#FFD9E4).



Imagen 1 logo  
Fuente: elaboración propia

Las opciones que se descartaron:

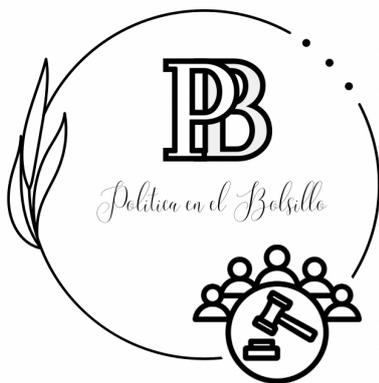


Imagen 2 logo  
Fuente: elaboración propia



Imagen 3 logo  
Fuente: elaboración propia



Imagen 4 logo  
Fuente: elaboración propia

## 5.5. PRODUCCIÓN

Tras saber las secciones y el contenido que iba a emplear, se realizaron los artículos que iban a publicarse en la revista. La producción y redacción se ha llevado a cabo con meticulosidad y dedicación, con una investigación exhaustiva y la edición minuciosa de cada una de ellas, para ofrecer a los lectores información veraz y amena. A continuación, se explican los contenidos presentes en esta:

### Entrevistas:

1. Leandro Martín Puertas: "Hay que ver qué política se está haciendo y a lo mejor hay que pensar por qué los jóvenes no se preocupan de esa política". Es una entrevista al presidente del PSOE en Valladolid, que incluye una infografía de las leyes educativas en España.
2. Sofía Molano Castro: "No miro la política como para decirte lo que opino sobre eso". Se trata de una entrevista a una estudiante de Secundaria para que detalle su perspectiva de la política y cuánto sabe de ella.
3. Juventudes Políticas PSOE: "En algún momento tendrán que coger las riendas de este país y dirigirle". Es una entrevista al grupo de jóvenes políticos del PSOE de Segovia en la que se reflexiona sobre los adolescentes y su participación.
4. Sonia Jiménez de Pablos: "Pienso que muchos están influenciados por familiares o amigos pero no tienen ni idea de política". Consiste en una entrevista a una estudiante de Grado que explora su conocimiento del mundo de la política.

## **Artículos:**

1. “Europa decide su futuro”. Pieza donde se habla acerca de las elecciones europeas del 9 de junio, y todo lo que se tiene que saber sobre ellas.
2. “Nuevo comienzo”. Un artículo acerca de las elecciones del 12 de junio en la comunidad catalana.
3. “Ley D’Hondt”. Un apartado dedicado a la explicación acerca de cómo funciona el recuento de escaños en nuestro país.
4. “Desmenuzando los pilares legales”. Un artículo dedicado a detallar y explicar los tipos de normas existentes en nuestro ordenamiento jurídico.

## **6. CONCLUSIONES**

Durante los meses en los que se ha realizado el proyecto se ha podido observar la escasa preocupación que hay sobre el tema de los medios de comunicación en la población joven. Además, se ha podido analizar, a través de las entrevistas realizadas la importancia que tienen las nuevas generaciones en la toma de decisiones futuras y su decreciente conocimiento de los conceptos básicos políticos que se tiene.

El primer y segundo objetivo consistían en acercarse a la esfera de interés político-juvenil gracias a los contenidos que se presentan en la página web y fomentar su interés y participación en la política, algo que ha sido complicado puesto que los jóvenes no buscan conocimientos acerca de esto porque no es uno de sus intereses principales. Sin embargo, se ha llegado a un pequeño público que ha dado visibilidad y visualizaciones a la página, gracias a las jóvenes que se entrevistaron y que difundieron la página entre sus compañeros y amigos para su futura utilización en el caso que fuera necesario.

Y, el último objetivo era diseñar y desarrollar una página web interactiva y accesible para los adolescentes, que brindará información política de manera clara, sencilla y comprensible, algo que sí ha sido posible comprobar gracias a una encuesta realizada y difundida. La encuesta se realizó a través de un enlace difundido por grupos de WhatsApp de las jóvenes entrevistadas y por una historia en *Instagram*. La encuesta se realizó con el objetivo de conocer si la página web es fácil de utilizar y, explica de una manera sencilla

y comprensible para todos y si había sido útil o conocer si han adquirido nuevos conocimientos (**Anexo 1 respuestas**).

La mayor dificultad que se han encontrado a lo largo de del desarrollo del Trabajo de Fin de Grado ha sido encontrar a personas que quisieran participar y aparecer en la página web, sobre todo de jóvenes. No obstante, su realización ha sido satisfactorio gracias al empeño e interés del tema personalmente.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- AEC2. (2024, 13 febrero). Inicio - AEC2. <https://aecomunicacioncientifica.org/>  
Alfabetización mediática y nuevos entornos digitales. Dispositivos móviles, jóvenes y lenguaje audiovisual. (s. f.). [Universidad Autónoma de Barcelona]. [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2020/hdl\\_10803\\_669729/mpo1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2020/hdl_10803_669729/mpo1de1.pdf)
- Casero-Ripollés, A. (2012). *El periodismo político en España: algunas características definitorias* [Universitat Jaume I de Castellón]. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/80553/Casero\\_19\\_46.pdf?s](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/80553/Casero_19_46.pdf?s)
- Cuesta, L., y Cuesta, L. (2024, 22 febrero). La proliferación de noticias falsas en la red – Junior Report. Junior Report – El diario para jóvenes lectores. <https://junior-report.media/la-proliferacion-de-noticias-falsas-en-la-red/>
- F. Martínez (2017). *El periodismo político en la era digital*. [Prensa Libre].
- Fundación BBVA. (2023, 8 junio). Estudio de opinión pública: consumo de información en España. <https://www.fbbva.es/noticias/estudio-opinion-consumo-informacion-espana/>
- García, P. A. P., Danieli, N. E., y Freire, I. E. M. (2023). Procesamiento cognitivo de fake news políticas. Revisión de estudios experimentales. DIXIT, 37(1), 44-60.
- García, G. (2008). *¿Apatía política? Evolución de la implicación de la juventud española desde los años 80* [Universidad Autónoma de Madrid]. <https://www.injuve.es/sites/default/files/documentos-7.pdf>
- Gallego Torres, R.A. (2023). Pensamiento Crítico en la Era Digital: Desafíos y Oportunidades para una Epistemología Digital. *Revista Entropía Educativa*. 1 (1) p.31-42. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>  
<https://doi.org/10.22235/d.v37i1.3112>
- González, M. (2019). El periodismo político y su influencia en la opinión pública. *Comunicación y Sociedad*, 42(1), 85-102.

- INCIBE. (s. f.). Fake news y bulos en la Red | Menores. <https://www.incibe.es/menores/tematicas/fake-news-y-bulos>
- infoLibre. (2024, 17 junio). Una de cada tres personas evita leer noticias en España y casi la mitad afirma sentir fatiga informativa. infoLibre. [https://www.infolibre.es/medios/tres-evita-leer-noticias-digital-news-report-2024\\_1\\_1818957.html](https://www.infolibre.es/medios/tres-evita-leer-noticias-digital-news-report-2024_1_1818957.html)
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (s.f.). Resumen del informe: “Influencia del uso de redes sociales en el desarrollo infantil”. (2023). <https://intef.es/Noticias/resumen-del-informe-influencia-del-uso-de-redes-sociales-en-el-desarrollo-infantil/>
- INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). Comprobación de información falsa o dudosa encontrada en sitios de noticias de Internet o redes sociales en los últimos 3 meses por Comunidades y Ciudades Autónomas y tipo de comprobación. INE. [https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion\\_C/1371320130990/1371216001705/La\\_mitad\\_de\\_los\\_estudiantes\\_de\\_ESO\\_no\\_distingue\\_las\\_%E2%80%9Cfake\\_news%E2%80%9D](https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371320130990/1371216001705/La_mitad_de_los_estudiantes_de_ESO_no_distingue_las_%E2%80%9Cfake_news%E2%80%9D)
- La mitad de los estudiantes de ESO no distingue las “fake news”. (2021c). En *Universidad Carlos III de Madrid*. [https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion\\_C/1371320130990/1371216001705/](https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371320130990/1371216001705/)
- Morán, M. B. (2023, 5 marzo). 9 de cada 10 docentes reclama más alfabetización mediática en su formación. <https://www.educaweb.com/noticia/2023/05/03/9-cada-10-docentes-reclama-mas-formacion-alfabetizacion-mediatica-21197/>
- Navarro, D. (2023). La desinformación preocupa al 64% de los españoles y los jóvenes son los que más desconfían de las noticias. Newtral. <https://www.newtral.es/desinformacion-noticias-espana/20230615/>
- Pestaña, B., Sánchez Rueda, M., y Sanmartín, A. (2014). Jóvenes y medios de comunicación: El desafío de tener que entenderse. Madrid: *Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad*. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3677134>
- Pensamiento crítico en la era digital: desafíos y oportunidades para una epistemología digital. (2023). ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/372466546\\_Pensamiento\\_Critico\\_en\\_la\\_Era\\_Digital\\_Desafios\\_y\\_Oportunidades\\_para\\_una\\_Epistemologia\\_Digital](https://www.researchgate.net/publication/372466546_Pensamiento_Critico_en_la_Era_Digital_Desafios_y_Oportunidades_para_una_Epistemologia_Digital)
- Sampedro, V., y Baer, A. (2003). El recuerdo como olvido y el pasado extranjero. Padres e hijos ante la memoria histórica mediatizada. *Revista de Estudios de Juventud*,

93-108. <https://www.nodo50.org/multitudesonline/El%20recuerdo%20como%20olvido%20y%20el%20pasado%20extranjero.pdf>

Sánchez, M. A., y Sánchez, G. P. (s. f.). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32), 107-135. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187247578006/html/>

## 8. ANEXOS

Anexo 1

Enlace encuesta: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc\\_vEoA\\_OdHr6qYuIVRxM0CRY\\_VbombGx-RXHmLElrJ2xBd4Q/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc_vEoA_OdHr6qYuIVRxM0CRY_VbombGx-RXHmLElrJ2xBd4Q/viewform)

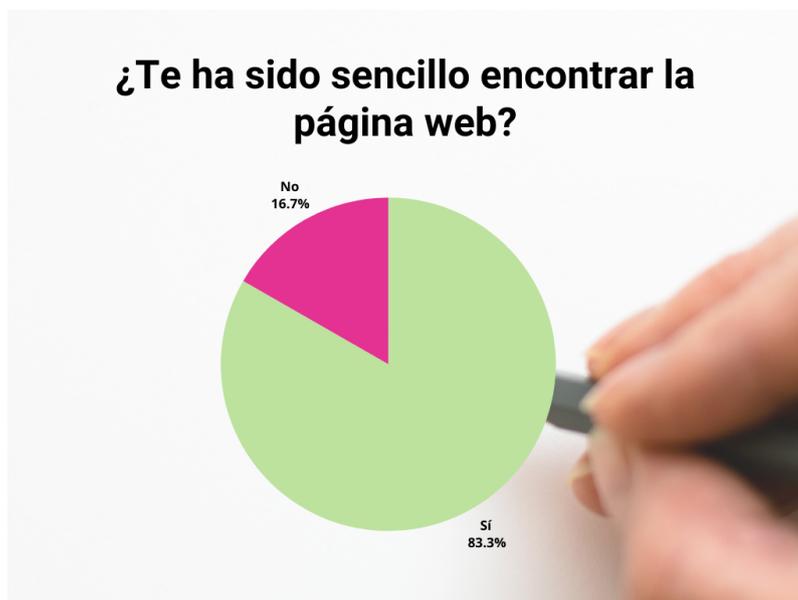


Imagen 1 respuestas encuesta  
Fuente: elaboración propia

## ¿Has encontrado la información publicada sencilla y comprensible?

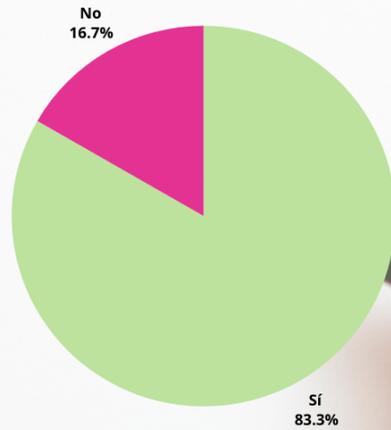


Imagen 2 respuestas encuesta  
Fuente: elaboración propia

## ¿Te ha ayudado la información publicada?

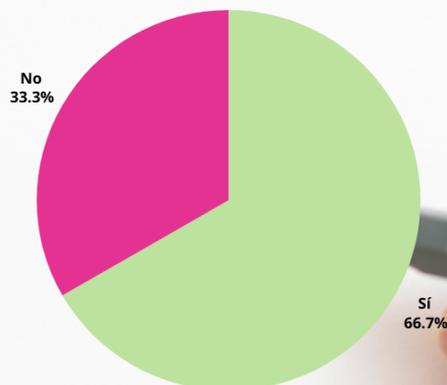


Imagen 2 respuestas encuesta  
Fuente: elaboración propia

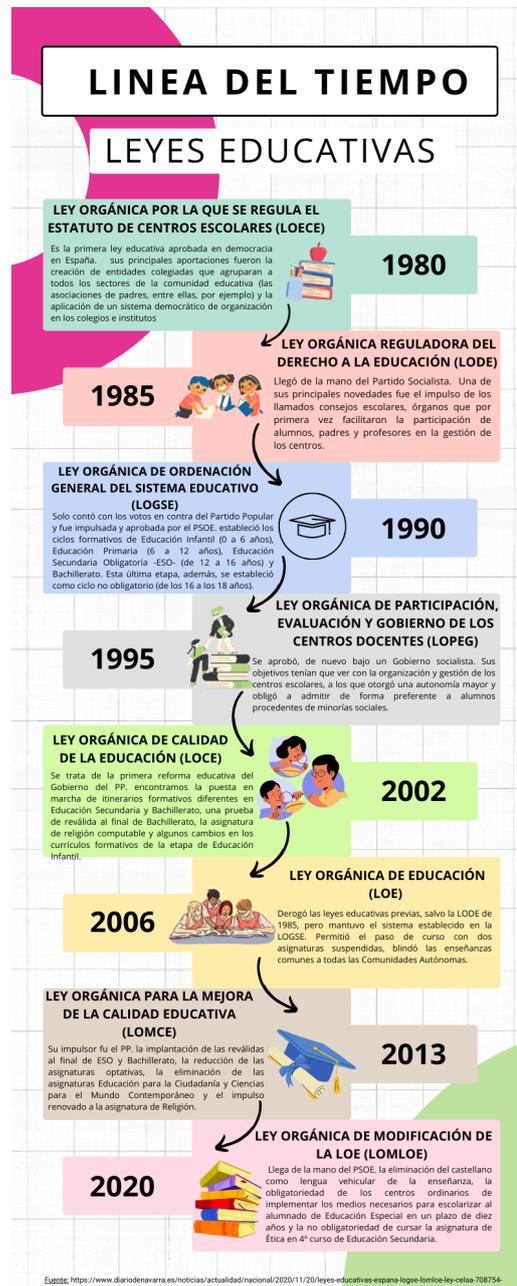


Imagen 1 Abriendo Yogurines  
 Fuente: elaboración propia

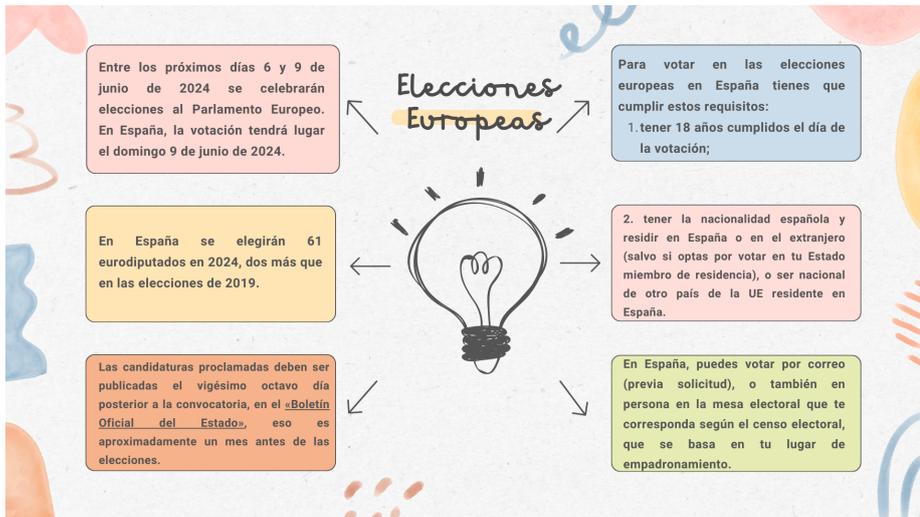


Imagen 1 Que no se te pase  
Fuente: elaboración propia



Imagen 2 Que no se te pase  
Fuente: elaboración propia

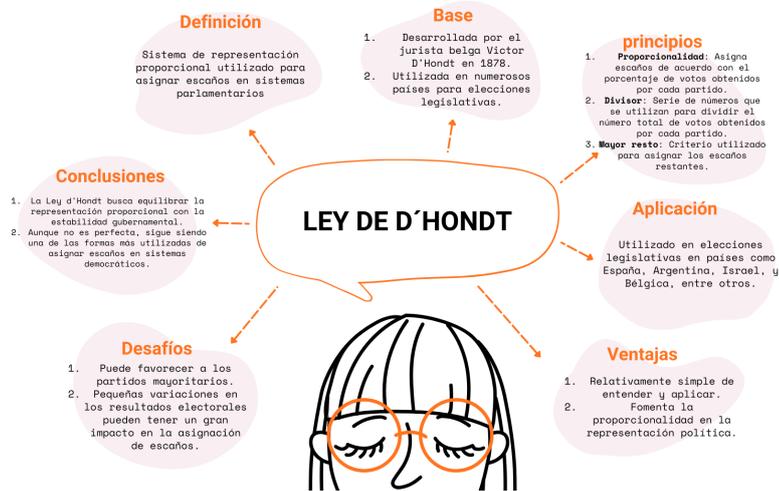


Imagen 1 Burrocracia  
Fuente: elaboración propia

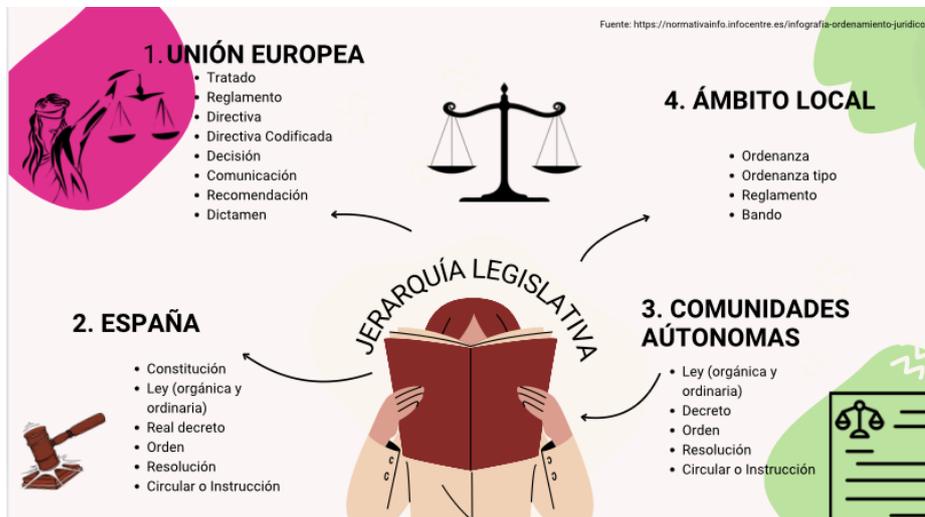


Imagen 2 Burrocracia  
Fuente: elaboración propia

Enlace página web: <https://natalia2002herranz.wixsite.com/polpolitican-djdc>