

La desinformación en redes sociales: una polémica para los medios de comunicación

Disinformation on social networks: a media controversy

La désinformation sur les réseaux sociaux: une polémique pour les médias

A desinformação nas redes sociais: uma polêmica para os meios de comunicação

Gira Alexia Nenzen

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá

gira.nenzen@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0009-0002-9804-1873>

DOI: <https://doi.org/10.48204/contacto.v5n1.9002>

Recibido: 23/02/2025

Aceptado: 18/04/2025

RESUMEN

La desinformación en redes sociales se ha convertido en un fenómeno global que desafía la credibilidad de los medios de comunicación tradicionales y digitales. Este artículo de revisión explora el impacto de la desinformación, las estrategias empleadas por los actores malintencionados, y las respuestas de los medios y plataformas digitales para contrarrestarla. Se analizan estudios recientes sobre el tema, destacando los efectos en la opinión pública, la polarización política y la erosión de la confianza en el periodismo. Finalmente, se discuten posibles soluciones, incluyendo la alfabetización mediática, la verificación de datos y la regulación ética.

Palabras clave: desinformación, redes sociales, medios de comunicación, fake news, verificación, polarización.

ABSTRACT

Social media disinformation has become a global phenomenon that challenges the credibility of traditional and digital media. This review article explores the impact of disinformation, the strategies employed by malicious actors, and the responses of digital media and platforms to counter it. Recent studies on the subject are analysed, highlighting the effects on public opinion, political polarization and erosion of confidence in journalism. Finally, possible solutions are discussed, including media literacy, data verification and ethical regulation.

Keywords: disinformation, social networks, media, fake news, verification, polarization.

Introducción

Las redes sociales han revolucionado la forma en que se consume información, pero también han facilitado la propagación de contenido falso o engañoso. La desinformación—definida como la difusión intencional de información falsa—se ha convertido en un problema crítico para los medios de comunicación, que compiten con fuentes no verificadas y algoritmos que priorizan el engagement sobre la veracidad (Wardle & Derakhshan, 2017).

En la era digital, la desinformación —entendida como la difusión intencional o accidental de información falsa o engañosa— se propaga a velocidades sin precedentes. Su impacto puede alterar procesos democráticos, afectar la salud pública (como se observó durante la pandemia de COVID-19) y polarizar sociedades (Rodríguez Pérez, 2019). Este artículo explora los mecanismos clave detrás de su diseminación, basándose en estudios de comunicación, psicología social y ciencia de datos.

Mecanismos de propagación de la desinformación

Algoritmos y cámaras de eco

Las plataformas como Facebook, Twitter (X) y TikTok utilizan algoritmos que promueven contenido polarizante, favoreciendo la viralización de noticias falsas (Tandoc et al., 2018). Las cámaras de eco refuerzan creencias preexistentes, dificultando el pensamiento crítico.

Bots y cuentas falsas

Los bots automatizados y las cuentas falsas se han convertido en actores clave en la difusión de narrativas engañosas, según estudios como el de Shao et al. (2018). Estas herramientas, programadas para simular comportamiento humano, son capaces de amplificar mensajes masivamente en redes sociales, generando la ilusión de consenso o tendencia social donde no lo hay. Investigaciones demuestran que, en eventos políticos como elecciones o protestas sociales, entre el 9% y 15% de las cuentas activas son bots diseñados para manipular el debate público (Ferrara et al., 2020). Su estrategia incluye inflar hashtags virales, responder a usuarios reales con contenido polarizante y atacar a periodistas o verificadores de datos.

Un caso paradigmático ocurrió durante las elecciones estadounidenses de 2016, donde bots vinculados a operaciones extranjeras publicaron 3.8 millones de mensajes con desinformación en Twitter. Estos perfiles falsos replicaban noticias de medios fraudulentos y creaban memes con información tergiversada, dirigidos especialmente a audiencias vulnerables por su afinidad política. La sofisticación de estos sistemas ha evolucionado: hoy usan IA generativa para producir textos o imágenes pseudorealistas, dificultando su detección.

Sin embargo, la acción contra estas cuentas plantea dilemas técnicos y éticos. Plataformas como X (Twitter) y Meta han eliminado millones de bots, pero suelen reaparecer con nuevas identidades. Además, los criterios de eliminación varían geopolíticamente: mientras Occidente prioriza la transparencia, en regiones como América Latina o Asia la moderación es más lenta y menos efectiva.

Proyectos como Botometer (Universidad de Indiana) ayudan a usuarios a identificar actividad robótica, pero su alcance es limitado frente a granjas de cuentas patrocinadas por Estados o grupos de poder.

La solución requiere coordinación global: desde leyes que obliguen a identificar cuentas automatizadas (como la Ley de Transparencia en Redes Sociales de Alemania) hasta la integración de blockchain para verificar identidades digitales. Como advierte el EU DisinfoLab (2023), los bots ya no solo replican desinformación, sino que alteran percepciones en tiempo real, como observamos con los ataques a sistemas electorales o crisis migratorias. Su combate exige avances tecnológicos proporcionales a su amenaza.

Sesgos cognitivos y emocionales

La desinformación explota sesgos como la confirmación (buscar información que coincida con creencias propias) y el efecto de influencia social (tendencia a creer lo que comparten contactos cercanos).

Impacto en los medios de comunicación

Pérdida de credibilidad

La proliferación de desinformación ha erosionado la confianza en los medios de comunicación tradicionales y digitales. Según el Reuters Institute Digital News Report (2023), solo el 40% de la población global confía en la mayoría de las noticias, en parte debido a la dificultad para distinguir entre información verificada y contenido manipulado (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023). Este escepticismo se agrava cuando fuentes periodísticas, en su afán por competir con la inmediatez de las redes sociales, cometen errores o difunden información no contrastada. Además, la polarización política ha llevado a que ciertos sectores descalifiquen como "fake news" cualquier cobertura que contradiga sus ideologías, incluso si proviene de medios con rigor editorial. Como resultado, muchos ciudadanos optan por informarse a través de fuentes alternativas —a menudo menos fiables—, perpetuando el ciclo de desinformación.

Por otro lado, la monetización del engagement en plataformas digitales ha incentivado a algunos medios a priorizar titulares sensacionalistas o enfoques parciales, sacrificando el análisis profundo. Esto ha generado un fenómeno de "deslegitimación por asociación", donde la credibilidad de todo el ecosistema mediático se ve afectada por las prácticas de unos pocos. Estudios como el de Gallup (2022) muestran que, en países con alta polarización, la desconfianza hacia los periodistas supera el 60%. Para revertir esta tendencia, expertos recomiendan estrategias como la transparencia en la elaboración de noticias, la corrección pública de errores y la promoción de alianzas entre medios para certificar contenidos. Sin embargo, en un entorno donde algoritmos y bots amplifican narrativas extremas, recuperar la credibilidad sigue siendo un desafío crítico.

Polarización y fragmentación social

En Panamá y la región latinoamericana, la desinformación ha operado como un catalizador de divisiones políticas, exacerbando tensiones durante procesos electorales y debates de interés público. Durante las elecciones panameñas de 2024, por ejemplo, circularon narrativas falsas sobre supuestos fraudes electrónicos y alianzas clandestinas entre candidatos y poderes extranjeros, difundidas a través de

bots y cuentas anónimas en redes sociales. Según el Observatorio Latinoamericano contra la Desinformación (2024), el 37% de los trending topics políticos en Twitter/X durante ese período fueron impulsados por cuentas automatizadas, muchas vinculadas a actores políticos locales. Estas campañas no solo sembraron desconfianza en el sistema electoral, sino que profundizaron la brecha ideológica entre simpatizantes de distintos partidos, dificultando el diálogo postelectoral.

El fenómeno se repite en otros países de la región con matices particulares. En Brasil (2022), las fake news sobre urnas electrónicas llevaron a protestas violentas tras la derrota de Bolsonaro. En México (2023), bots asociados al crimen organizado desacreditaron periodistas que investigaban corrupción. Y en Argentina, durante el debate por la ley de reforma del Estado (2023), cuentas falsas exageraron consecuencias económicas de la norma, usando deepfakes de funcionarios. La OPS (2023) alertó que el 62% de la desinformación en salud en la región se concentró en vacunas, vinculando falsamente inoculaciones con teorías conspirativas (microchips, esterilización), lo que redujo la cobertura en comunidades indígenas y rurales.

Actores políticos, grupos de interés o "bots" automatizados diseminan desinformación para manipular opiniones. Tácticas como la granulación (microtargeting con mensajes personalizados) o el astroturfing (simular apoyo popular) son comunes en campañas de desinformación (Woolley & Howard, 2018).

Presión para el periodismo de verificación

En un contexto donde la desinformación se propaga más rápido que los hechos y la confianza en los medios tradicionales se erosiona, el periodismo de verificación (fact-checking) emerge como un pilar fundamental para reconstruir la credibilidad informativa. A diferencia del periodismo convencional, que se centra en reportar eventos, el fact-checking se especializa en desmontar mentiras, contextualizar afirmaciones y evaluar el discurso público con métodos rigurosos y transparentes. Su importancia es crítica en América Latina, donde, según el Reuters Institute (2023), solo el 38% de la población confía en las noticias, en parte debido a la saturación de contenidos falsos o manipulados.

Se han propuesto diferentes metodologías y estándares enfocados en estrategias para recuperar la credibilidad. Los medios de verificación —como Chequeado (Argentina), Colombiacheck o FactChecking.cl (Chile)— operan bajo protocolos estandarizados (codificados por la International Fact-Checking Network, IFCN) que incluyen:

- Análisis de fuentes primarias: Contrastar declaraciones con datos oficiales, expedientes o expertos.
- Uso de herramientas digitales: Desde Google Reverse Image Search para detectar fotos manipuladas hasta InVID para verificar videos.
- Escalas de calificación: Sistemas visuales (ej.: "Verdadero", "Engañoso", "Falso") que facilitan la comprensión pública.

- Un ejemplo emblemático fue el trabajo de Efecto Cocuyo (Venezuela) durante la pandemia, donde desmintieron terapias falsas contra el COVID-19 promovidas por funcionarios, salvando vidas ante la desinformación estatal.

El fact-checking no solo corrige bulos, sino que frena su viralización: estudios como el de Nyhan et al. (2020) muestran que las etiquetas de verificación reducen hasta un 50% la intención de compartir noticias falsas. Además:

- Exige rendición de cuentas: En México, Animal Político verificó en 2023 las promesas de AMLO, revelando que solo el 29% se habían cumplido.
- Educa al público: Proyectos como "LupaEduca" (Brasil) enseñan a estudiantes a identificar deepfakes y estadísticas malinterpretadas.
- Mitiga violencia: En Colombia, La Silla Vacía desactivó rumores sobre ataques guerrilleros que incitaban a represalias.

Pese a su valor, el periodismo de verificación enfrenta obstáculos. El "efecto contraproducente": Cuando las correcciones (especialmente en política) fortalecen las creencias previas de ciertos grupos (backfire effect). Saturación de mentiras: Los fact-checkers no pueden escalar al ritmo de los bulos generados por IA. Ataques y desprestigio: Líderes como Bolsonaro o López Obrador han tildado a verificadores de "censores" o "opositores".

Para seguir siendo relevantes, los medios de verificación están adoptando: a) IA colaborativa: Como el proyecto LatamChequea, que usa algoritmos para detectar patrones de desinformación en 18 países; b) Formatos cercanos: Verificaciones en TikTok o WhatsApp (ej.: Maldito Bulo en España); y c) Alianzas con plataformas: Meta financia a fact-checkers en América Latina, pero críticos señalan conflictos de interés.

Estrategias para combatir la desinformación

Alfabetización mediática

Ante el avance de la desinformación, la UNESCO (2021) ha impulsado programas educativos orientados a desarrollar habilidades de alfabetización mediática e informacional (AMI), con el objetivo de que los ciudadanos aprendan a evaluar críticamente las fuentes de información. Estas iniciativas, implementadas en escuelas y comunidades, enseñan a contrastar datos, reconocer sesgos, verificar la autoría de contenidos y distinguir entre opiniones y hechos. Por ejemplo, el marco "Pensar críticamente, hacer clic con sabiduría" de la UNESCO incluye talleres prácticos donde se analizan técnicas de manipulación, como el uso de imágenes fuera de contexto o titulares engañosos.

Estudios demuestran que quienes reciben esta formación son un 30% menos propensos a compartir noticias falsas (Wardle & Derakhshan, 2017). Sin embargo, su escalabilidad enfrenta desafíos, como la resistencia curricular en algunos sistemas educativos o la brecha digital en poblaciones vulnerables.

Colaboración con plataformas digitales

La lucha contra la desinformación requiere una alianza estratégica entre gobiernos, sociedad civil y plataformas digitales, dado el papel central que estas últimas juegan en la distribución de contenidos. Redes sociales como Meta (Facebook, Instagram), Twitter (X) y Google han implementado medidas como etiquetado de advertencia en publicaciones falsas, reducción de su alcance algorítmico y asociaciones con organizaciones de fact-checking para verificar información en tiempo real. Por ejemplo, durante la pandemia, Facebook eliminó más de 20 millones de publicaciones con desinformación médica (Meta Transparency Report, 2024), mientras que Twitter priorizó fuentes oficiales de salud en sus recomendaciones. Sin embargo, estas acciones enfrentan críticas por inconsistencia en la aplicación, opacidad en los criterios de moderación y el riesgo de censura involuntaria.

Para ser más efectivas, expertos proponen mecanismos de auditoría independiente, mayor transparencia en el diseño de algoritmos y la integración de herramientas como Inteligencia Artificial para detectar patrones de desinformación masiva sin comprometer la libertad de expresión. Esta colaboración es clave, pues, como señala el World Economic Forum (2023), el 65% de los usuarios que ven correcciones de plataformas reconsideran compartir noticias falsas.

Conclusiones

La desinformación en redes sociales es un reto multidimensional que requiere esfuerzos colaborativos entre medios, gobiernos, plataformas y usuarios. Aunque se han implementado medidas, la velocidad de propagación sigue superando las soluciones. Futuras investigaciones deberían evaluar la efectividad de las estrategias actuales y explorar nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, para la detección temprana de fake news.

La desinformación es un desafío multifactorial que requiere soluciones interdisciplinarias. Combinar tecnología, educación y políticas públicas es esencial para construir una sociedad resiliente ante la manipulación informativa.

El periodismo de verificación ya no es un "extra" del ecosistema mediático, sino un servicio esencial para la salud democrática. Su capacidad para combinar rigor técnico con pedagogía social lo convierte en una herramienta clave para restaurar la confianza —no solo en los medios, sino en las instituciones—. Como demostró el caso de Perú en 2022, donde verificadores desactivaron rumores sobre un autogolpeo militar, su trabajo evita crisis y salva vidas. En una región donde, según Transparency International, el 65% cree que "las mentiras dominan la política", el fact-checking es tanto un escudo como un espejo para que las sociedades enfrenten sus realidades.

Referencias bibliográficas

- Meta Transparency Report. (2024). *Regulation (EU) 2022/2065 Digital Services Act Transparency Report for Facebook*. Meta. <https://transparency.fb.com/sr/dsa-transparency-report-oct2023-facebook/>
- Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., & Wood, T. J. (2020). Taking Fact-Checks Literally But Not Seriously? The Effects of Journalistic Fact-Checking on Factual Beliefs and Candidate Favorability. *Political Behavior*, 42(3), 939-960. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09528-x>



- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). *Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2023*. University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023/dnr-resumen-ejecutivo>
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: Una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, Article 40. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Council of Europe report DGI(2017)09). Council of Europe.
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (2018). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. Oxford University Press.

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.