



Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

Bulos en redes sociales: una distorsión de la opinión pública

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTORA:

Alisson Geovanna Proaño Moreira

TUTOR:

Lic. Jhonny Mendoza Bravo, Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

2026

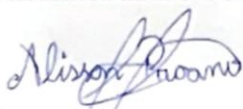
TEMA:

BULOS EN REDES SOCIALES: UNA DISTORSIÓN DE LA OPINIÓN
PÚBLICA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, Alisson Geovanna Proaño Moreira, portadora de la cédula de ciudadanía No. 1350247332, declaro que el presente trabajo de investigación, titulado “Bulos en redes sociales: una distorsión de la opinión pública”, es de mi autoría y que los criterios expuestos respetan las normas éticas y de propiedad intelectual aplicables. Asumo la responsabilidad por las ideas y contenidos desarrollados. Asimismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí a poner esta investigación, o parte de ella, a disposición para fines académicos y de consulta, de conformidad con las normas institucionales. Cedo y apruebo la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo con fines de difusión pública, siempre que no exista beneficio económico y se respeten los derechos que me corresponden como autora, de acuerdo con la normativa vigente y con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Alisson Geovanna Proaño Moreira
C.I. 1350247332

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Sociales Derecho y Bienestar, Extensión Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, **CERTIFICO:**

Haber dirigido y revisado el ensayo académico, bajo la autoría de la estudiante, **ALISSON GEOVANNA PROAÑO MOREIRA** legalmente matriculada en la carrera de Comunicación período académico 2026 (1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de ensayo académico cuyo tema es "Bulos en redes sociales: una distorsión de la opinión pública".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Manta 14 de julio de 2026.

Lo certifico,



Lcdo. Jhenny Mendoza Bravo, Mg
Docente Tutor
Área: Comunicación

AGRADECIMIENTO

Llegar hasta este momento ha sido uno de los mayores sueños de mi vida, y aunque mi nombre aparece en la portada de esta tesis, sé que este logro no es solamente mío. Detrás de cada página, de cada noche de desvelo y de cada obstáculo superado, hay personas que nunca dejaron de creer en mí.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por sostenerme cuando sentía que no podía más, por regalarme la fortaleza para seguir adelante y por bendecirme con una familia maravillosa que ha sido mi mayor impulso durante toda mi vida.

A mi mamá, gracias por todo. Gracias por trabajar sin descanso para que nunca nos faltara nada y por hacer tantos sacrificios para que hoy pudiera cumplir este sueño. Todo lo que has hecho por mí tiene un valor que jamás podré devolver, pero espero que este logro sea una pequeña forma de decirte que todo tu esfuerzo valió la pena.

A Johanna, mi hermana mayor, mi segunda mamá y la mujer que más admiro en este mundo. Gracias por enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo, disciplina y amor. Crecí viendo cómo luchabas por convertirte en médica y entendí que rendirse nunca era una opción. Gracias por haberme criado con tanto amor, por cuidarme, por enseñarme con el ejemplo y por hacerme sentir, desde que era una niña, la persona más afortunada del mundo por tenerte. Siempre serás el ejemplo que quiero seguir y una de las razones por las que nunca dejo de luchar por mis metas.

A mi hermana Claudia gracias por llenar mi vida de risas, por estar siempre cuando te necesito y por regalarme tres sobrinos maravillosos que han cambiado mi vida con su amor. Ser su tía es uno de los regalos más bonitos que Dios me ha dado.

A Daniel, gracias por ser ese hermano que la vida decidió poner en mi camino. Gracias por haber estado conmigo cuando más lo necesitaba, por hacer de mi infancia una de las etapas más felices de mi vida y por regalarme recuerdos que jamás voy a olvidar. Gracias por cada risa, por cada aventura y por demostrarme que la verdadera familia no siempre se une por la sangre, sino por el corazón.

También quiero agradecer a mi tutor de tesis por su paciencia, su guía y por compartir sus conocimientos durante el desarrollo de esta investigación. Gracias por acompañarme en este proceso y ayudarme a crecer académicamente.

A todos mis docentes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, gracias por cada enseñanza, por cada consejo y por cada experiencia compartida durante estos años. Cada uno dejó una huella en mi formación profesional.

Y, por último, gracias a todas las personas que estuvieron presentes durante este camino. A quienes celebraron mis logros, me animaron en mis momentos de duda y confiaron en mí incluso cuando yo sentía que no podía más.

Hoy cierro una de las etapas más importantes de mi vida con el corazón lleno de gratitud. Este no es solo el final de una carrera universitaria; es el comienzo de un sueño que algún día parecía muy lejano y que hoy, gracias a Dios y a todas las personas que caminaron conmigo, se hace realidad.

Gracias por ser parte de esta historia.

DEDICATORIA

Con el corazón lleno de gratitud, dedico este trabajo a las personas que han sido el motor de mi vida y la razón por la que hoy puedo alcanzar uno de mis mayores sueños.

En primer lugar, a Dios, por acompañarme en cada paso de este camino, por darme la fortaleza para superar los momentos difíciles y por bendecirme con una familia que siempre ha sido mi refugio y mi mayor regalo.

A mi madre, por su amor infinito, por cada sacrificio realizado y por trabajar incansablemente para brindarnos un mejor futuro. Gracias por enseñarme que el esfuerzo, la honestidad y la perseverancia siempre tienen recompensa. Todo lo que soy también lleva una parte de ti.

A mi hermana mayor, Johanna, quien nunca fue solamente mi hermana, sino mi segunda madre.

Gracias por criarme, educarme y acompañarme desde que era una niña. Mientras mamá trabajaba para sacar adelante nuestro hogar, tú llenabas ese espacio con tu amor, tu paciencia y tus cuidados. Fuiste quien me enseñó con el ejemplo el verdadero significado del sacrificio.

Te vi luchar incansablemente por tu carrera. Vi cómo renunciaste a muchas cosas para dedicarte por completo a estudiar, cómo cada día trabajabas por alcanzar esa meta y cómo, gracias a tu disciplina y perseverancia, lograste graduarte con honores. Desde muy pequeña entendí que la excelencia no era cuestión de suerte, sino de esfuerzo, porque tú siempre fuiste mi mayor ejemplo.

Aunque llegó el día en que tuviste que partir para ejercer la profesión por la que tanto luchaste, nunca dejaste de estar presente en mi vida. La distancia jamás cambió el lugar que ocupas en mi corazón. Gracias por seguir guiándome, por creer siempre en mí y por enseñarme que los sueños sí se cumplen cuando se lucha por ellos.

Hay recuerdos de la infancia que el tiempo jamás podrá borrar. Todavía vive en mí aquella niña que encontraba en tus palabras de cariño el lugar más seguro del mundo. Eran pequeños gestos, quizá imperceptibles para los demás, pero para mí significaban todo, porque en ellos siempre encontraba la certeza de que era profundamente amada.

Siempre has sido mi mayor ejemplo. No solo por la extraordinaria profesional en la que te convertiste, sino por la maravillosa mujer que eres. Tu belleza nunca ha estado únicamente en tu sonrisa o en tu mirada, sino en la nobleza de tu alma, en tu manera de cuidar a los demás y en el inmenso amor con el que has construido tu vida.

No existen palabras suficientes para expresar cuánto te amo. Si hoy soy la mujer que está cumpliendo este sueño, es porque primero tuve la fortuna de crecer al lado de una mujer como tú. Este logro también te pertenece.

A mi hermana Claudia, gracias por tu cariño y los recuerdos que atesoro con cariño. Gracias por estar siempre presente, por regalarme tantos momentos de felicidad y por darme el inmenso privilegio de ser tía de tres maravillosos sobrinos, quienes llenan nuestra familia de amor, alegría y esperanza. Tenerte como hermana es una de las mayores bendiciones de mi vida.

A Daniel, mi primo, aunque para mí siempre serás mi hermano. Cuando Johanna tuvo que irse del país, hubo un vacío muy grande en mi vida. En esos días, cuando mamá trabajaba y yo me quedaba sola, apareciste tú para hacerme compañía sin siquiera darte

cuenta de lo mucho que significaba para mí. Nuestras tardes de juegos, risas y conversaciones hicieron que nunca me sintiera realmente sola. Me devolviste la alegría en un momento en el que la necesitaba, y construiste conmigo recuerdos que llevaré para siempre en el corazón.

Las amistades más bonitas no necesitan grandes promesas; solo necesitan permanecer. Tal vez por eso siempre encontramos en aquellos dos inseparables amigos del fondo del mar un reflejo de nosotros: porque, al igual que ellos, descubrimos que la felicidad muchas veces cabía en una tarde de risas, en una conversación sin sentido o simplemente en la tranquilidad de saber que el otro siempre estaría ahí.

Dicen que los hermanos no siempre comparten la misma sangre, sino el mismo amor. Tú eres la prueba de ello. Si algún día la vida nos lleva por caminos diferentes, quiero que nunca olvides que, en algún rincón de mi corazón, siempre existirá esa niña que fue inmensamente feliz compartiendo sus tardes contigo. Porque hay personas que pasan por nuestra vida, y hay otras que se convierten en hogar. Tú siempre serás mi hogar, mi hermano del alma.

A toda mi familia, gracias por acompañarme durante este camino, por celebrar mis triunfos, sostenerme en mis derrotas y recordarme siempre que nunca camino sola.

Finalmente, dedico este logro a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de este camino. Hoy no solo concluyo una etapa universitaria; hoy también honro el amor, el esfuerzo y el apoyo de quienes hicieron posible que este sueño se convirtiera en realidad.

Con inmenso cariño, esta tesis es para ustedes.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	11
Abstract	12
Introducción	13
Desarrollo temático	16
Desinformación digital y opinión pública	16
Evolución de la desinformación en el ecosistema digital	17
Influencia de los bulos en la construcción de la opinión pública	18
Distorsión de la opinión pública: causas y consecuencias.....	20
Factores psicológicos y sociales que favorecen la difusión de la desinformación	21
Morbo, espectacularización y consumo mediático	22
Redes sociales, periodismo y crisis de credibilidad	24
Redes sociales como aceleradoras de la desinformación.....	24
Pérdida de credibilidad del periodismo tradicional	25
Retos del periodismo frente a la desinformación digital	26
Bulos, crisis sociales y fact-checking ciudadano	27
Diferenciación entre bulos, rumores y desinformación deliberada	27
Impacto de los bulos en crisis sociales y contextos locales.....	28
Fact-checking ciudadano y alfabetización mediática	30
Conclusiones	32
Referencias	34

Resumen

Este ensayo estudia la forma en que los bulos difundidos en redes sociales afectan la conversación sobre los asuntos públicos. Para el desarrollo de este tema se revisaron investigaciones publicadas, en mayor parte, entre 2020 y 2025, además de algunos trabajos tradicionales sobre opinión pública y comunicación. La revisión muestra que una información falsa no se vuelve visible por solo una razón. Su movimiento depende del funcionamiento de las plataformas, la reacción en cuanto, a las emociones de los usuarios, las ideas que cada persona ya posee y la confianza que existe dentro de sus grupos cercanos. En algunas ocasiones, una publicación se comparte porque provoca miedo, enojo o sorpresa, sin comprobar de hacerlo su fecha, su autor o las pruebas que presenta. En América Latina, incluida la realidad ecuatoriana, estas situaciones pueden aumentar los conflictos, debilitar la confianza en instituciones y afectar la reputación de personas que están palestra pública. El problema no está únicamente en que el contenido sea falso. También influyen su repetición, la facilidad con la que llega a determinados públicos y la falta de referencias comunes para discutir lo ocurrido. Por ello, la verificación, la educación mediática y una comunicación más transparente son responsabilidades que deben compartir las plataformas, los medios, las instituciones y los propios usuarios.

Palabras clave: alfabetización mediática, bulos, desinformación, opinión pública, redes sociales.

Abstract

This essay examines how hoaxes spread on social media affect public discourse. To explore this topic, the study reviews research published primarily between 2020 and 2025, alongside foundational works on public opinion and communication. The review reveals that false information does not gain visibility for a single reason; its spread depends on platform mechanics, emotional reactions from users, individuals' pre-existing beliefs, and the trust shared within close-knit circles. Posts are often shared because they evoke fear, anger, or surprise—frequently without verification of the date, author, or supporting evidence. In Latin America—including Ecuador—such situations can exacerbate conflict, erode institutional trust, and damage the reputations of public figures. The issue lies not merely in the falsity of the content; factors such as repetition, the ease with which it reaches specific audiences, and the absence of a shared frame of reference for discussing events also play a role. Consequently, fact-checking, media literacy, and more transparent communication are responsibilities that must be shared by platforms, media outlets, institutions, and users themselves.

Keywords: media literacy, hoaxes, disinformation, public opinion, social media.

Introducción

Durante gran parte del siglo XX, la mayoría de las personas se informaba sobre los asuntos públicos por medio de unos pocos periódicos, emisoras de radio y canales de televisión. Hoy el recorrido de una noticia es mucho menos previsible. Un video puede aparecer en TikTok, pasar a varios grupos de WhatsApp y llegar horas después a un medio tradicional, cuando ya fue visto, comentado y reinterpretado por miles de usuarios. Este cambio ha permitido que más personas participen en la conversación pública, pero también hizo que una publicación sin comprobación pueda circular junto a un trabajo periodístico.

Dentro de este movimiento aparecen los bulos, que no son simplemente opiniones con las que alguien puede estar en desacuerdo, sino contenidos falsos o engañosos que se presentan como si fueran ciertos. Algunas veces se crean con el objetivo de confundir. En otras ocasiones, quien los comparte piensa que está avisando sobre un peligro o ayudando a sus conocidos. Wardle y Derakhshan (2017) explican que el desorden informativo incluye situaciones distintas según la falsedad del contenido, la intención de quien lo difunde y el daño que este puede causar.

Crear una información errada es solo una parte del problema. Cuando una versión se repite, tiene el poder de cambiar o distorsionar la manera en que una comunidad mira a una autoridad, interpreta una crisis o juzga a una persona. Lippmann (2003) explicó que gran parte de lo que pensamos sobre el mundo se forma mediante imágenes construidas con información incompleta. En las redes, esas imágenes surgen de un video recortado, una captura sin contexto o una frase que se repite hasta parecer cierta.

Las plataformas no inventan por sí solas los bulos, aunque las formas en que recomiendan los contenidos ayudan a que se muevan con rapidez. Los mensajes que despiertan miedo, indignación o sorpresa suelen provocar comentarios y reenvíos inmediatos. Esa actividad les permite aparecer en más pantallas. Esteban-Bravo et al. (2024) y Osmundsen et al. (2021) relacionan las emociones negativas y las identidades políticas con una mayor difusión de noticias falsas. Una aclaración bien documentada necesita más tiempo y, muchas veces, llega cuando la primera versión ya se es conocida.

La relación entre el público y el periodismo también ha tenido un cambio. En la misma pantalla aparecen noticias, publicidad, opiniones, memes, propaganda y videos personales. Frente a esa mezcla, algunos usuarios confían más en una figura cercana o en una publicación con muchas reacciones que en el medio que da conocer la información. Newman et al. (2024) muestran que el consumo de noticias se encuentra cada vez más distribuido entre plataformas y creadores digitales, mientras aumenta el cansancio y la desconfianza hacia la información.

En América Latina, esta situación se choca con conflictos políticos, desigualdad en el acceso a información de calidad y poca confianza en algunas instituciones. López-López et al. (2023) señalan que la desinformación en la región pasó de mensajes aislados a prácticas más organizadas y difíciles de detectar. El Ecuador no está fuera de esa realidad. En las discusiones a nivel nacional se mueven cadenas privadas, cuentas anónimas, publicaciones sacadas de otros países y acusaciones que suelen ser aclaradas cuando ya alcanzaron a muchas personas.

Por esto, este trabajo parte de la siguiente pregunta: ¿cómo distorsionan la opinión pública los bulos difundidos en redes sociales? Para responderla se revisaron

trabajos sobre opinión pública, psicología de la desinformación, funcionamiento de las plataformas, periodismo, crisis sociales, verificación y alfabetización mediática. Se dio prioridad a publicaciones de 2020 a 2025, aunque también se incluyeron autores anteriores que siguen siendo necesarios para comprender el tema.

Está organizado en tres partes. La primera estudia la relación entre los bulos y la formación de opiniones. La segunda revisa el papel de las redes y la pérdida de confianza en el periodismo. La tercera diferencia los rumores de la desinformación constata y analiza la forma de verificación de los ciudadanos y la educación mediática. El ensayo busca explicar por qué este problema se mantiene y qué puede hacer cada participante del entorno informativo.

Desarrollo temático

Desinformación digital y opinión pública

La desinformación tiene influencia en la opinión pública cuando se introduce datos falsos, fragmentos incompletos o interpretaciones manipuladas dentro de una conversación social. Esa relación no funciona de manera automática. Un solo bulo difícilmente cambia lo que piensa toda una sociedad, pero sí puede sembrar dudas, mover la atención hacia otro asunto o proponer un marco desde el cual se empieza a juzgar la realidad.

La opinión pública tampoco puede reducirse a los comentarios que aparecen debajo de una publicación. Incluye percepciones compartidas, silencios, desacuerdos, expectativas y actitudes que se manifiestan tanto dentro como fuera de internet. McCombs (2006) mostró que la selección y el orden de los temas influyen en aquello que una audiencia considera importante. Con las redes sociales aumentó el número de actores capaces de impulsar esa agenda, de modo que una información fabricada puede disputar atención con una investigación periodística o con un comunicado oficial.

La situación se vuelve todavía más compleja cuando lo falso se mezcla con datos verdaderos. Una fotografía real puede difundirse con una fecha equivocada; una declaración auténtica puede recortarse hasta cambiar su sentido; una cifra correcta puede publicarse sin la comparación que permite entenderla. Tandoc et al. (2018) muestran que la expresión *fake news* se aplica a contenidos distintos. Revisar solamente una frase no es suficiente; hace falta conocer el origen, el contexto y los cambios que sufrió a la circular.

Una primera impresión tiene la posibilidad de mantenerse incluso después de una corrección. Ecker et al. (2022) explican que la información falsa continúa influyendo cuando encaja con una creencia anterior o cuando ofrece una explicación sencilla para un problema difícil. Por eso, desmentir una publicación no siempre elimina el efecto que produjo en la conversación.

Evolución de la desinformación en el ecosistema digital

Los rumores, la propaganda y la manipulación de información existían antes de internet. La diferencia con la actualidad está en lo fácil que es producir un mensaje, enviarlo a muchas personas y adaptarlo a públicos específicos. Antes se necesitaba una imprenta, una emisora o un canal para alcanzar una audiencia amplia. Hoy basta un teléfono para preparar una imagen, un audio o un video capaz de recorrer varias redes en pocos minutos.

En los primeros años de las plataformas se tuvo una mirada de optimismo. Se pensaba que un mayor acceso permitiría una discusión más abierta y menos controlada por los grandes medios. Esa posibilidad sigue presente, aunque convive con empresas que necesitan mantener a los usuarios en constante conexión. Castells (2009) explicó que el poder de comunicar comenzó a distribuirse dentro de redes. Esto amplió el número de personas capaces de publicar, pero no aseguró que todos los mensajes tuvieran el mismo cuidado o la misma visibilidad.

Los bulos también cambiaron. Ya no solo están en páginas que imitan el diseño de un periódico. Pueden llegar como un audio reenviado, una captura sin enlace, un video breve, una supuesta filtración o un montaje realizado con inteligencia artificial. López-López et al. (2023) advierten que la automatización da facilidades para la

producción de mensajes convincentes en una cantidad que antes habría requerido mucho más tiempo y recursos.

La pandemia de COVID-19 dejó ver la rapidez con la que una información errada o falsa puede adaptarse a las preocupaciones del momento. Salaverría et al. (2020) registraron publicaciones sobre contagios, tratamientos, decisiones oficiales y métodos de prevención sin respaldo. En una emergencia, estos contenidos no quedan solo en internet: pueden cambiar decisiones personales, generar temor y complicar el trabajo de las instituciones.

En la actualidad existen estrategias planificadas y reenvíos hechos sin la intención de causar daño. Algunas publicaciones forman parte de campañas con coordinación. Otras avanzan porque una persona confía en quien se las envió o no se detiene a revisarlas. Esta diferencia es importante. Las redes organizadas requieren investigación y responsabilidades claras, mientras que los reenvíos por descuido necesitan orientación, advertencias comprensibles y mejores hábitos para verificar información.

Influencia de los bulos en la construcción de la opinión pública

La opinión pública se alimenta de experiencias personales, conversaciones y relatos producidos por otros. Nadie puede comprobar por cuenta propia todo lo que ocurre en política, economía, seguridad o salud, por lo que buena parte de ese conocimiento llega a través de fuentes externas. Lippmann (2003) llamó la atención sobre las imágenes mentales con las que las personas ordenan una realidad demasiado amplia para observarla completa. Los bulos se colocan en ese espacio porque suelen presentar historias sencillas, fáciles de recordar y cómodas de repetir.

Un contenido no necesita ser convincente para todos para que haya consecuencias. Es suficiente con introducir una sospecha o hacer que una institución dedique tiempo a defenderse de una acusación sin pruebas. Cuando el mensaje permanece visible, una persona puede quedar vinculada con esa acusación incluso después de un desmentido. La duda ya cambia el ambiente en el que se discuten los temas.

Los sistemas de recomendación pueden reforzar este proceso porque toman en cuenta el comportamiento previo del usuario para decidir qué mostrarle. Pariser (2017) utilizó la idea de burbuja de filtros para describir entornos personalizados donde disminuye el contacto con perspectivas diferentes. Esto no significa que cada usuario viva por completo aislado, pero sí ayuda a entender por qué una misma versión se repite dentro de comunidades unidas por afinidades políticas, religiosas o culturales.

Lorenz-Spreen et al. (2023) ofrecen una visión amplia. Los medios digitales impulsan la participación, aunque también se relacionan con polarización y pérdida de confianza. Las redes no producen siempre una opinión pública distorsionada. El riesgo aumenta cuando predominan las fuentes con similitud, las publicaciones emocionales reciben más atención y las versiones contrarias casi no se consultan.

La consecuencia final depende del mensaje, de quien lo recibe y del momento. Una acusación que pasaría inadvertida en otro contexto adquiere importancia durante una elección, una protesta o una emergencia. La confianza en el emisor, la cercanía con las ideas de un grupo y la falta de información de manera oficial y rápida convierten esa versión en una referencia para interpretar lo que sucedió.

Distorsión de la opinión pública: causas y consecuencias

Distorsionar la opinión pública no significa obligar a todos a que piensen de la misma forma. Ocurre cuando la discusión comienza a fundamentarse en datos falsos, fragmentos incompletos o mensajes preparados para conducir al público hacia una conclusión. En ese momento, el desacuerdo deja de darse sobre distintas interpretaciones de los mismos hechos. Cada grupo empieza a discutir desde una versión diferente de lo ocurrido.

Una de las principales ventajas del bulo lo sencillo que es. Los problemas públicos tienen antecedentes, intereses y consecuencias que no caben en una sola frase. La información engañosa suele ofrecer un culpable inmediato, una explicación corta y una emoción clara. Pennycook y Rand (2021) señalan que muchas personas comparten falsedades no porque sean incapaces de pensar, sino porque en ese momento prestan más atención a reaccionar, entretener o mostrar su identidad que a comprobar la veracidad de lo compartido.

La repetición también cumple un papel importante. Cuando un mensaje aparece una y otra vez, empieza a resultar familiar y esa familiaridad puede hacerlo parecer más creíble. Ecker et al. (2022) señalan que las creencias previas, la identidad y la manera de presentar una corrección influyen en la resistencia a abandonar una idea falsa. Una rectificación aislada llega con desventaja si el contenido ya fue incorporado a una historia coherente y compartida por el grupo.

Esta idea puede comprenderse mejor a partir de la obra de Walter Lippmann. En una lectura contemporánea de su pensamiento, Bloch (2024) recuerda que las

personas interpretan el mundo social mediante estereotipos, símbolos culturales y percepciones parciales. Como señaló Lippmann (2003), el público no conoce la realidad de forma directa, sino que la interpreta a través de imágenes y categorías aprendidas. En las redes sociales, estas imágenes pueden reforzarse cuando los contenidos confirman prejuicios y presentan acontecimientos complejos desde una sola perspectiva. De esta manera un hecho puede terminar siendo presentado como resultado de una sola persona, una conspiración o una explicación específica. Las consecuencias son vistas en distintas medidas. En la política, las falsedades pueden debilitar la confianza y aumentar la incomodidad. En un plano personal, una acusación viral puede afectar la honra, el trabajo y la seguridad de alguien. Durante una crisis, también puede provocar compras de pánico, rechazo a medidas de prevención o agresiones contra personas señaladas sin tener pruebas.

El daño no se mide únicamente por el número de usuarios que creen de una forma literal una mentira. También importa el tiempo que se invierte en aclarar, los asuntos que deja fuera de la agenda y las relaciones que se dañan. La conversación pública pierde calidad cuando gran parte del esfuerzo se utiliza para decidir si un hecho básico ocurrió, en lugar de discutir sus causas y posibles formas de solucionarlos.

Factores psicológicos y sociales que favorecen la difusión de la desinformación

La tecnología ayuda a explicar la velocidad con la que se difunde la desinformación, pero no basta para entender por qué las personas participan en ese proceso. Cada mensaje es recibido desde experiencias, emociones, lealtades y expectativas previas. El sesgo de confirmación hace que prestemos más atención a aquello que coincide con lo que ya pensamos. Sin embargo, la investigación reciente

indica que también influye algo más cotidiano: muchas veces no se detiene la atención en la exactitud del contenido antes de compartirlo (Pennycook & Rand, 2021).

En política, la pertenencia a un grupo suele pesar más que la comprobación de algún dato. Osmundsen et al. (2021) encontraron que la polarización partidista influye en la difusión de noticias falsas. Compartir una publicación favorable al propio sector puede funcionar como una muestra de apoyo, aunque quien la envía tenga dudas sobre ese contenido.

La confianza personal también interviene. Un audio enviado por un familiar suele recibirse con menos sospecha que una publicación de origen desconocido. En los grupos privados, revisar la fuente puede parecer innecesario porque se confía en quien reenvió el mensaje. Cuestionarlo, puede sentirse como una crítica personal y provocar una discusión.

Las emociones bajan el tiempo que se dedica a pensar. El miedo lleva a advertir, la indignación anima a denunciar y la sorpresa lleva a compartir antes que otros. Esteban-Bravo et al. (2024) relacionan las emociones negativas con la viralidad rápida de las noticias falsas. En esa reacción, hay menos probabilidad que se revise la fecha o se busque la publicación original.

Morbo, espectacularización y consumo mediático

El morbo aparece cuando se expone lo violento, lo íntimo o lo humillante y este se convierte en la principal razón para mirar una publicación. Un contenido impactante no necesariamente debe ser falso, pero puede perder el contexto al

presentarse como un espectáculo. La imagen llama la atención primero; la pregunta sobre su origen suele aparecer después.

Esta lógica se vuelve más evidente en las redes porque el éxito se mide mediante reacciones de formas rápidas. Una pieza que provoca enojo o sorpresa puede alcanzar más personas que una explicación cuidadosa y lenta. No se trata únicamente de que al público le guste lo llamativo. Las plataformas también convierten el tiempo de atención en un valor comercial y favorecen formatos capaces de generar retención.

Las consecuencias recaen sobre personas concretas. Fotografías privadas, rumores y detalles sensibles que se publican bajo la idea de que todo merece conocerse. Cuando no existe un verdadero interés público, la vida o la reputación de alguien termina utilizada para ganar visitas. Si, además, el contenido fue manipulado, el público recibe una versión falsa y la persona afectada debe enfrentar una acusación que puede seguir rodando en las redes o medios.

Una comunicación responsable no debe eliminar las emociones. Lo que debe evitar es que la emoción sustituya a las pruebas y la verdad. Explicar de donde procede una imagen, proteger a las víctimas, revisar los datos y no exagerar en los titulares son decisiones básicas que pueden evitar que un contenido atractivo termine convirtiéndose en manipulación.

Redes sociales, periodismo y crisis de credibilidad

Redes sociales como aceleradoras de la desinformación

Las redes apresuran la desinformación porque permiten publicar con facilidad, recomiendan contenidos de forma automática y hacen posible reenviar una publicación muchas veces. Un mensaje puede comenzar en una cuenta pequeña y pasar después a contactos, grupos y comunidades que nunca estuvieron conectados con su autor original.

Cada plataforma aporta condiciones distintas. TikTok utiliza videos breves y rápidos, donde el poder explicar una fuente puede parecer menos atractivo. Instagram favorece imágenes y capturas que normalmente se observan sin abrir un enlace. Facebook reúne comunidades amplias alrededor de intereses común. WhatsApp combina privacidad y confianza personal, lo que dificulta saber dónde comenzó una cadena y cuántas personas la recibieron.

Los algoritmos no revisan la verdad de una publicación como lo haría un periodista. Intentan anticipar qué mantendrá al usuario dentro de su plataforma. Una información falsa capaz de generar muchas respuestas puede recibir más exposición que una aclaración tranquila. La OCDE (2024) sostiene que proteger la integridad de la información requiere mayor claridad sobre el funcionamiento de las plataformas y medidas que no lleguen únicamente después del daño.

Inventar una afirmación toma poco tiempo. Verificarla exige buscar documentos, revisar fechas y consultar fuentes. Cuando la corrección se hace, el contenido pudo pasar de un video a una captura y luego a un audio sin referencia a su origen. Cada cambio vuelve más difícil seguir su trayectoria.

Culpar únicamente a los algoritmos dejaría fuera las decisiones humanas. Los usuarios eligen qué seguir y compartir; los actores políticos y comerciales aprenden a aprovechar las pautas de visibilidad; los medios también pueden dar mayor alcance a un rumor cuando lo reproducen sin algún cuidado. La velocidad ocurre por la combinación de tecnología, intereses económicos y costumbres sociales.

Pérdida de credibilidad del periodismo tradicional

La pérdida de confianza en el periodismo comenzó antes de las redes. Durante muchos años, parte del público ha cuestionado los errores sin corregir, los intereses económicos, los enfoques considerados de sesgos y la distancia de algunos medios frente a determinados sectores de la sociedad. Las plataformas hicieron más visible aquella desconfianza y pusieron a competir el tiempo de la verificación con la velocidad de cuentas que publican información sin comprobar.

Newman et al. (2024) describen una relación frágil entre las audiencias y las noticias. Muchas personas se sienten cansadas, evitan informarse o llegan a la actualidad por medio de figuras del mundo digital. El nombre de un medio ya no te garantiza confianza de forma automática. Esa confianza debe construirse mostrando de dónde salió la información y corrigiendo los errores de forma más visible.

La desinformación aprovecha la sospecha que existe hacia los medios. Cuando una organización periodística desmiente una acusación, quienes ya desconfían de ella pueden interpretar la corrección como parte de un encubrimiento. Ecker et al. (2022) explican que las rectificaciones encuentran mayor resistencia cuando contradicen creencias o identidades importantes para una persona.

Pérez-Escoda y Pedrero-Esteban (2021) muestran que los jóvenes combinan el uso frecuente de redes con nuevas formas de consumir información y con cierta desconfianza. El reto no está en obligarlos a volver a los hábitos de generaciones anteriores. Los medios necesitan publicar en los espacios que ellos utilizan, con un lenguaje comprensible, sin abandonar el contexto ni copiar el sensacionalismo.

La formación periodística conserva su valor. Que cualquier usuario pueda publicar no vuelve innecesarios el contraste de fuentes, la investigación y la ética. Mientras más contenidos circulan, más falta hace explicar qué está confirmado, qué permanece en duda y por qué una información merece confianza.

Retos del periodismo frente a la desinformación digital

Uno de los principales retos consiste en informar rápido sin publicar datos que todavía no han sido corroborado. El apremio por adelantarse puede llevar a reproducir capturas, declaraciones o cifras incompletas. Un medio responsable debe ser capaz de decir que algo sigue sin confirmarse y actualizar la información cuando aparezcan nuevas pruebas.

La verificación digital exige habilidades que antes no siempre formaban parte del trabajo diario. Existe la necesidad de revisar metadatos, buscar la versión más antigua de una imagen, comparar archivos y reconocer posibles variaciones hechas con inteligencia artificial. Estas tareas ya no corresponden únicamente a equipos especializados. También son necesarias para comunicadores y estudiantes.

Al desmentir, el periodismo debe evitar repetir innecesariamente la falsedad. Un titular engañoso colocado en gran tamaño puede quedar en la cabeza, aunque debajo se explique que no es cierto. Ecker et al. (2022) señalan que las correcciones

resultan más útiles cuando se ofrece una explicación alternativa y muestran por qué la versión inicial no se sostiene.

También existe una dificultad económica. Verificar requiere tiempo, personal y acceso a múltiples fuentes. El modelo publicitario digital, en cambio, suele premiar la cantidad de publicaciones y la atención inmediata. Un medio que necesita producir muchas notas con pocos recursos tendrá pocas posibilidades de investigar con profundidad.

El periodismo necesita acercarse a sus públicos sin tratarlos solamente como receptores o como los responsables únicos del problema. Explicar cómo obtuvieron un documento, por qué se eligieron aquellas fuentes para sustentar su trabajo y qué límites tuvo una investigación permite que la audiencia evalúe el trabajo. Esta apertura puede llevar la cultura de verificación más allá de las redacciones.

Bulos, crisis sociales y fact-checking ciudadano

Diferenciación entre bulos, rumores y desinformación deliberada

Las palabras rumor, bulo y desinformación suelen utilizarse como si significaran lo mismo, pero es más conveniente separarlas. Un rumor es una afirmación que transita cuando todavía no existen pruebas suficientes para confirmarla. Puede terminar siendo verdadera o falsa. Lo que la caracteriza es la falta de información disponible en aquel momento.

El bulo es un contenido falso o engañoso presentado con apariencia de verdad. Puede ser una noticia inventada, una fotografía alterada, un audio atribuido a una autoridad o un dato verdadero colocado en otro contexto.

Tandoc et al. (2018) muestran que las falsedades mediáticas pueden adoptar formas variadas. Antes de clasificarlas, es necesario revisar cómo fueron preparadas y qué intentan aparentar.

La desinformación comprende algo más amplio que una publicación aislada. Incluye una producción y distribución de forma organizada de mensajes preparados para inducir al error o causar daño. Rodríguez Pérez (2019) recomienda no utilizar *fake news* para cualquier contenido discutible, pues esa expresión también se emplea para desacreditar noticias legítimas.

Otra situación se da cuando una persona comparte información falsa creyendo que es verdadera. Wardle y Derakhshan (2017) distinguen que este caso de la desinformación en el ámbito intencional. El daño puede existir en ambos, pero la respuesta no debe ser la misma. Una campaña organizada necesita investigación, mientras una persona confundida necesita una explicación de forma clara y respetuosa.

Las categorías pueden cambiar durante el recorrido de la publicación o noticia. Un rumor surgido por falta de algunos datos puede ser alterado hasta convertirse en bulo. Varios contenidos que sean coordinados pueden formar parte de una campaña. Seguir quién creó el mensaje, quién lo modificó y cómo llegó a distintas audiencias ofrece más información que el llamarlo verdadero o falso.

Impacto de los bulos en crisis sociales y contextos locales

Las crisis presentan un ambiente muy favorable para los bulos porque reúnen miedo, urgencia e incertidumbre. Cuando la información que es oficial tarda o genera algún tipo de confusión, cualquier mensaje que ofrezca una respuesta inmediata puede parecer útil. Muchas personas reenvían por querer proteger a sus familiares o disminuir

la preocupación de no tener conocimiento de lo que ocurre. Esa intención puede ayudar a que una publicación noticia falsa siga avanzando.

La pandemia mostró este problema a gran escala. Salaverría et al. (2020) encontraron publicaciones falsas sobre el origen del virus, tratamientos, decisiones oficiales y medidas de prevención. Pérez-Dasilva et al. (2020) estudiaron la circulación de esas noticias en Twitter. La cantidad de los mensajes hizo difícil que muchas personas pudieran distinguir entre las recomendaciones respaldadas y las afirmaciones que no tenían algún tipo de pruebas.

Durante una crisis política o social, una versión falsa puede profundizar conflictos que ya existían. Una acusación contra una comunidad aumenta la estigmatización; un rumor sobre escasez provoca compras innecesarias; una supuesta orden oficial puede generar desobediencia. En estos casos, la distorsión deja de ser una discusión teórica porque conduce a decisiones concretas.

El daño puede ser mayor en espacios locales. Una acusación contra un periodista, funcionario o dirigente barrial llega con rapidez a vecinos, compañeros y familiares. Aunque la publicación original sea borrada, las capturas y los comentarios pueden seguir dándose y afectar su reputación durante bastante tiempo.

La prevención depende de mantener una comunicación de forma constante. Una institución que solo habla cuando necesita desmentir llega tarde a la construcción de una confianza. Informar con disciplina, reconocer lo que todavía no se conoce y responder con pruebas reduce el espacio disponible para las especulaciones.

El castigo no suele ser la única respuesta. La UNESCO (2023) plantea que “la gestión de las plataformas debe respetar los derechos humanos, ser transparente y

permitir la participación de varios sectores”. Combatir la información errada no debe convertirse en una excusa para tener el control sobre una discusión pública.

Fact-checking ciudadano y alfabetización mediática

La verificación de forma profesional revisa las afirmaciones de intereses públicos y explica qué pruebas permiten aceptar o descartar. Su función no debe ser reducida a colocar una etiqueta de verdadero o falso. Un buen trabajo muestra el contexto, enlaza con sus fuentes y muestra al lector cómo se llegó a una conclusión.

Los ciudadanos no necesitan convertirse en investigadores para disminuir los reenvíos de formas que los hagan dudar. Algunas acciones básicas marcan una diferencia: buscar la publicación original, revisar la fecha, comprobar si otros medios informaron lo mismo y verificar si la imagen corresponde al hecho. Pennycook y Rand (2021) muestran que recordar la importancia de la exactitud puede mejorar las decisiones de compartir.

La alfabetización mediática no es solamente en saber abrir una aplicación. También implica preguntarse quién creó el mensaje, qué interés tiene al crear el mensaje y cuáles son las pruebas que muestra. La UNESCO (2023) relaciona estas capacidades con el acceso a información de manera confiable y con la protección de la libertad de expresión.

Kozyreva et al. (2023) utilizan la expresión “ignorar críticamente” para referirse a la decisión de no dedicar atención a todas las publicaciones. Salir de una página poco confiable o no responder a una provocación puede ser más útil que iniciar una discusión que aumente la visibilidad de la misma.

También es posible preparar a las personas para reconocer técnicas comunes de manipulación. Roozenbeek et al. (2022) encontraron que explicar previamente recursos como las falsas divisiones, el lenguaje conspirativo o los ataques de manera personal puede ayudar a identificar contenidos que engañan a la audiencia. Esto no elimina el riesgo, pero ofrece señales para actuar con más cuidado.

La educación mediática debe mantenerse con en el tiempo. En la escuela puede trabajarse con ejemplos cotidianos; con personas adultas pueden revisarse cadenas que reciban en sus teléfonos; las instituciones necesitan protocolos para responder a rumores. El objetivo no es desconfiar de todo, sino aprender a decidir qué merece tener confianza.

La verificación de la ciudadana no reemplaza las obligaciones de las plataformas digitales, los gobiernos o los medios tradicionales. La OCDE (2024) señala que la integridad informativa requiere políticas coordinadas y apoyo a fuentes variadas. El usuario puede detener un reenvío, pero no tiene la capacidad de cambiar el modelo comercio de una red o investigar una operación organizada sin respaldo suficiente.

Conclusiones

La revisión demostró que los bulos pueden alterar la conversación pública, aunque su efecto no sea idéntico en todas las personas. Su propagación depende de varios elementos que actúan juntos: el diseño de las plataformas, las emociones, las ideas previas, la confianza en el grupo y el momento en que aparece el mensaje. Una versión engañosa tiene más oportunidades de mantenerse cuando coincide con lo que parte del público ya esperaba encontrar.

La opinión pública se forma mediante conversaciones, experiencias y fuentes de información. Antes de internet, los medios tradicionales tenían mayor control sobre los temas de mayor visibilidad. Hoy participan usuarios, instituciones, figuras digitales y grupos privados. Esta apertura hace posible escuchar más voces, pero también vuelve más difícil llegar a un acuerdo sobre cuáles datos cuentan con pruebas suficientes.

Los bulos producen aquella dificultad. Presentan explicaciones simples, apelan a emociones y suelen ofrecer un culpable de forma fácil de reconocer. Cuando se repiten, pueden desplazar versiones más completas. Lippmann (2003) ayuda a comprender este proceso porque plantea que las personas interpretan el mundo mediante imágenes de forma parcial. En el entorno digital, esas imágenes se actualizan con publicaciones breves y por partes.

Entre los factores que favorecen la difusión están la búsqueda de interacción, la poca atención a la exactitud, la identificación política y la confianza en personas cercanas. El morbo añade otra dificultad al convertir el sufrimiento o la reputación de

alguien en material atractivo. Una publicación no necesita convencer a todo el público para causar daño. Puede instalar una sospecha o desviar la conversación.

Las consecuencias van más allá de la comunicación. Una información falsa puede cambiar decisiones de salud, aumentar conflictos y afectar la seguridad de personas o comunidades. En los espacios locales, la reputación puede deteriorarse con rapidez porque quienes reciben la acusación conocen directamente al involucrado. En una emergencia, el riesgo aumenta porque las decisiones se toman bajo presión.

El periodismo mantiene un papel necesario, aunque necesita adaptarse. Debe verificar materiales digitales, explicar sus procedimientos, corregir de manera visible y evitar que un desmentido repita la falsedad de forma llamativa. La confianza no se recupera únicamente con velocidad. También requiere admitir errores y diferenciar con claridad los hechos de las opiniones.

La alfabetización mediática y la verificación ciudadana ayudan a disminuir la difusión. Revisar la fuente, la fecha y el contexto puede detener una cadena antes de que alcance a más personas. Sin embargo, no es justo colocar toda la responsabilidad en el usuario. Las plataformas, los medios y las instituciones también deben mejorar su transparencia y responder con información comprensible.

El desacuerdo forma parte de la democracia y no debería eliminarse. Lo que debe protegerse es la posibilidad de discutir a partir de hechos que puedan ser comprobados. Cuando cada grupo construye su opinión desde una realidad completamente distinta, la crítica y la participación pierden fuerza. Recuperar referencias comunes no reduce la diversidad; permite que las diferencias puedan debatirse con mayor responsabilidad.

Referencias

- Bloch, R. H. (2024, 18 de mayo). *Walter Lippmann, el gran teórico de la opinión pública que advirtió sobre la expansión europea de Rusia*. Infobae.
<https://www.infobae.com/opinion/2024/05/18/walter-lippmann-el-gran-teorico-de-la-opinion-publica-que-advirtio-sobre-la-expansion-europea-de-rusia/>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Esteban-Bravo, M., Jiménez-Rubido, L. de la M., & Vidal-Sanz, J. M. (2024). Predicting the virality of fake news at the early stage of dissemination. *Expert Systems with Applications*, 248, 123390.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2024.123390>
- Kozyreva, A., Wineburg, S., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2023). Critical ignoring as a core competence for digital citizens. *Current Directions in Psychological Science*, 32(1), 81–88.
<https://doi.org/10.1177/09637214221121570>
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Cuadernos de Langre. (Trabajo original publicado en 1922).

López-López, P. C., Mila-Maldonado, A., & Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015–2022). *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (8), 69–89.
<https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>

Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2023). A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*, 7(1), 74–101.
<https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *Facts not fakes: Tackling disinformation, strengthening information integrity*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/d909ff7a-en>

Osmundsen, M., Bor, A., Vahlstrup, P. B., Bechmann, A., & Petersen, M. B. (2021). Partisan polarization is the primary psychological motivation behind political fake news sharing on Twitter. *American Political Science Review*, 115(3), 999–1015. <https://doi.org/10.1017/S0003055421000290>

Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.

- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402.
<https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Pérez-Dasilva, J., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: Detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El Profesional de la Información*, 29(3), e290308. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Pérez-Escoda, A., & Pedrero-Esteban, L. M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 67–85. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, diga desinformación: Una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65–74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Roozenbeek, J., van der Linden, S., Goldberg, B., Rathje, S., & Lewandowsky, S. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science Advances*, 8(34), eabo6254.
<https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la COVID-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), e290315.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Tandoc, E. C., Jr., 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>

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2023). *Guidelines for the governance of digital platforms: Safeguarding freedom of expression and access to information through a multistakeholder approach*. UNESCO.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387339>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.