



DOI: <https://doi.org/10.23857/dc.v11i3.4452>

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

Social media and disinformation in the digital age: facing the challenge of algorithms and information verification

Mídias sociais e desinformação na era digital: enfrentando o desafio dos algoritmos e da verificação de informações

Janeth Pilar Díaz-Vera ^I
janeth.diazv@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8750-0216>

Viviana Angelina Asencio-Quimi ^{II}
viviana.asencioqui@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-2364-2756>

Evelyn Katherine Luzarraga-Galarza ^{III}
evelyn.luzarragagal@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-9240-8138>

Joseph Alexander Tapia-Alvarado ^{IV}
joseph.tapiaalv@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0003-0755-0363>

Correspondencia: janeth.diazv@ug.edu.ec

***Recibido:** 03 de mayo de 2025 ***Aceptado:** 16 de junio de 2025 *** Publicado:** 14 de julio de 2025

- I. Docente Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- II. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- III. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- IV. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El presente estudio analiza la relación entre redes sociales y la desinformación en la era digital, con énfasis en el papel que desempeñan los algoritmos de recomendación y los desafíos que esto implica para la verificación de información. El objetivo principal fue describir cómo los algoritmos influyen en la difusión de contenidos no verificados en redes sociales y cuáles son los retos para los procesos de verificación digital. Para ello, se empleó una metodología de enfoque mixto y se aplicó una encuesta semiestructurada a una muestra representativa de 384 usuarios de redes sociales en la ciudad de Guayaquil. Los resultados evidencian que la desinformación circula con alta frecuencia en estas plataformas, afectando especialmente a los usuarios con bajo nivel de pensamiento crítico o escasa alfabetización mediática. Se concluye que las redes sociales ejercen un rol significativo en la propagación de información engañosa, por lo que se recomienda fortalecer los procesos de verificación y concienciación ciudadana sobre el consumo responsable de contenidos digitales.

Palabras clave: redes sociales; desinformación; algoritmos; verificación; usuarios.

Abstract

This study analyzes the relationship between social media and disinformation in the digital age, with an emphasis on the role played by recommendation algorithms and the challenges this poses for information verification. The main objective was to describe how algorithms influence the dissemination of unverified content on social media and the challenges they pose to digital verification processes. To this end, a mixed-methods methodology was used, and a semi-structured survey was conducted with a representative sample of 384 social media users in the city of Guayaquil. The results show that disinformation circulates frequently on these platforms, particularly affecting users with low levels of critical thinking or poor media literacy. It is concluded that social media play a significant role in the spread of misleading information, and it is therefore recommended to strengthen verification processes and raise public awareness about the responsible consumption of digital content.

Keywords: social media; disinformation; algorithms; verification; users.

Resumo

Este estudo analisa a relação entre mídias sociais e desinformação na era digital, com ênfase no papel desempenhado pelos algoritmos de recomendação e nos desafios que eles representam para a

verificação de informações. O objetivo principal foi descrever como os algoritmos influenciam a disseminação de conteúdo não verificado nas mídias sociais e os desafios que eles representam para os processos de verificação digital. Para tanto, utilizou-se uma metodologia de métodos mistos, e foi realizado um questionário semiestruturado com uma amostra representativa de 384 usuários de mídias sociais na cidade de Guayaquil. Os resultados mostram que a desinformação circula com frequência nessas plataformas, afetando particularmente usuários com baixos níveis de pensamento crítico ou baixa alfabetização midiática. Conclui-se que as mídias sociais desempenham um papel significativo na disseminação de informações enganosas e, portanto, recomenda-se fortalecer os processos de verificação e conscientizar a população sobre o consumo responsável de conteúdo digital.

Palavras-chave: mídias sociais; desinformação; algoritmos; verificação; usuários.

Introducción

Las redes sociales han transformado radicalmente la forma en la que los individuos acceden, comparten y consumen información. Actualmente, son utilizadas como medios de comunicación, entretenimiento e información. El problema que aborda esta investigación es la creciente difusión de desinformación en redes sociales, impulsada por los algoritmos de recomendación que, al personalizar el contenido que cada usuario recibe, tienden a reforzar ideas preconcebidas y dificultan el acceso a información verificada.

Este fenómeno se observa en la provincia del Guayas, donde una gran parte de la población tiene acceso a Internet y participa activamente en redes sociales. La desinformación se propaga de manera acelerada mediante contenidos virales que apelan a las emociones, sin pasar por filtros de veracidad, lo cual viene ocurriendo con mayor intensidad desde la pandemia de 2020 y en eventos políticos recientes. La situación ocurre debido al funcionamiento de los algoritmos de las plataformas, que priorizan el contenido más atractivo para mantener a los usuarios conectados, sin distinguir entre información verdadera o falsa.

Se problematiza el rol de estos algoritmos en la desinformación y la falta de preparación de los usuarios para reconocer contenido falso. Esto representa un problema para la ciudadanía en general, ya que afecta su capacidad de tomar decisiones informadas, perjudica el debate público y contribuye a la polarización. Para enfrentar esta problemática es necesario fomentar el pensamiento crítico, mejorar la alfabetización digital y revisar los mecanismos de verificación de información.

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

La importancia del estudio radica en que permite conocer cómo influyen los algoritmos en la percepción de la información y qué medidas toman los usuarios para verificarla, aportando herramientas útiles para combatir la desinformación. En este sentido se ha planteado como objetivo general: describir la influencia de los algoritmos de recomendación en la difusión de desinformación en redes sociales, y los retos que esto representa para los procesos de verificación de información en el entorno digital. Los objetivos específicos son: identificar la percepción de los usuarios sobre la influencia de los algoritmos de recomendación en la propagación de desinformación en redes sociales mediante la aplicación de una encuesta semiestructurada; revisar los principales aportes teóricos sobre desinformación, algoritmos y verificación de información en la era digital; e indagar cómo los usuarios de redes sociales en la provincia del Guayas verifican la información que reciben antes de compartirla, a través de la aplicación de una encuesta.

La hipótesis planteada es: "Los algoritmos de recomendación influyen en la difusión de desinformación en redes sociales, representando un reto para los procesos de verificación de información en el entorno digital".

Estado del Arte

Los antecedentes investigativos de este artículo comprenden la revisión de artículos e investigaciones científicas y académicas publicados en revistas especializadas multidisciplinarias en contextos internacionales, latinoamericanos y nacionales.

A nivel internacional, se han considerado diversos estudios relevantes. En primer lugar, Martin-Neira et al. (2023) llevaron a cabo la investigación titulada "El periodismo científico ante la desinformación: decálogo de buenas prácticas en el entorno digital y transmedia". Su finalidad fue desarrollar un conjunto de recomendaciones para utilizar el ecosistema transmedia como herramienta de innovación y promoción de la alfabetización mediática. Esta investigación fue realizada en España, bajo un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas semiestructuradas aplicadas a una muestra conformada por 22 periodistas con perfil académico y profesional. Como resultado, se elaboró un decálogo de buenas prácticas orientado a fortalecer la alfabetización mediática. En conclusión, se determinó que el periodismo científico cumple un rol esencial en la verificación de hechos frente a la desinformación, respaldado por audiencias, medios e instituciones (Martin-Neira, Trillo Domínguez y Olvera Lobo). Asimismo, Martínez Verdú (2024) desarrolló un estudio titulado "Redes sociales y fake news: impacto en la percepción informativa de estudiantes universitarios", cuyo objetivo fue analizar cómo

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

los estudiantes acceden, evalúan y difunden información a través de estas plataformas. La investigación también se llevó a cabo en España, bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo. La población estuvo compuesta por 140 estudiantes universitarios, y la técnica utilizada fue la encuesta en línea. Entre los hallazgos más significativos, se destaca que el 50,7 % diversifica sus fuentes de información, el 17,1 % combina redes sociales con prensa escrita, apenas el 20,7 % verifica datos con regularidad y el 44,3 % revisa las fuentes antes de compartir contenido. En consecuencia, el autor concluye que es necesario implementar estrategias de alfabetización mediática que promuevan el pensamiento crítico y el consumo responsable de la información (Martínez Verdú).

En el ámbito latinoamericano, se han revisado investigaciones con aportes valiosos. Por un lado, Oviedo Guevara y Estrada Albeño, (2024), desarrollaron el estudio “Desinformación, influenciadores y aprendizaje: la redefinición del conocimiento en la era digital”. Su objetivo fue reflexionar sobre el uso que hacen las generaciones digitales de las redes sociales como fuentes de información, y los desafíos que esto plantea para la educación, al dificultar el desarrollo de habilidades interpretativas y críticas. El estudio se llevó a cabo en El Salvador, con un enfoque cualitativo de tipo documental. La población estuvo compuesta por personas pertenecientes a las generaciones Y (Millennials) y Generación Z (Centennials), y la técnica empleada fue el análisis bibliográfico y documental. Entre los resultados, se evidenció que estas generaciones tienden a informarse mediante influenciadores, lo que obstaculiza la formación de pensamiento crítico. Como conclusión, se plantea que el acceso acelerado a información no filtrada representa un reto para el aprendizaje significativo, por lo que es necesario rediseñar las estrategias educativas hacia la valoración crítica de los datos (Oviedo Guevara y Estrada Albeño).

Por otro lado, Maldonado Méndez y Ruz Saldívar (2025) realizaron una investigación titulada “La desinformación en redes sociales: Facebook en la campaña electoral mexicana 2024”. El propósito fue explorar cómo las redes sociales influyen en la difusión de desinformación durante los procesos electorales. Este estudio se efectuó en México, en el contexto de las elecciones presidenciales del 2 de junio de 2024. Se empleó una metodología documental complementada con un sondeo aplicado a usuarios activos de Facebook durante el periodo electoral. La técnica de recolección incluyó cuestionarios sobre percepciones y experiencias. Entre los hallazgos, se identificó que las redes sociales permiten la rápida y masiva circulación de contenido falso o sesgado. La mayoría de los encuestados afirmó haber recibido información política engañosa. Como conclusión, los autores

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

recomendaron implementar estrategias que garanticen un entorno digital donde prevalezca el derecho a una información veraz e imparcial (Maldonado Méndez y Ruz Saldívar).

En cuanto al contexto nacional, Guaña Moya (2023) abordó el estudio “Desinformación en redes sociales: desafíos educativos y tecnológicos”, con el fin de analizar la proliferación y características de la desinformación y los deepfakes en el entorno digital. Esta investigación se realizó en Quito, Ecuador, mediante un enfoque cualitativo con diseño de análisis temático. La muestra fue intencionada e incluyó materiales digitales, artículos académicos y documentos de políticas públicas. Se aplicó como técnica de recolección el análisis documental. Los resultados revelaron que el 85 % de la desinformación se difunde a través de redes sociales, siendo los temas políticos (40 %) y de salud (30 %) los más recurrentes. Además, se mencionaron técnicas como el face swapping y el lip syncing. En conclusión, se resalta la urgencia de una respuesta multidisciplinaria que articule recursos tecnológicos, educativos y políticos mediante políticas públicas que fortalezcan la alfabetización mediática (Guaña Moya).

De manera complementaria, Vega-Cocha et al. (2024) desarrollaron el estudio “La desinformación en la era digital: el papel de las redes sociales en la propagación de noticias falsas durante conflictos globales”. Su objetivo fue explorar las percepciones y comportamientos de estudiantes universitarios ecuatorianos frente a la difusión de información en línea, con énfasis en aspectos legales, comunicacionales y sociales. La investigación, realizada en Ecuador, se basó en un enfoque mixto que combinó metodologías cualitativas y cuantitativas. La población estuvo integrada por estudiantes universitarios, y se aplicó una encuesta con preguntas abiertas como técnica de recolección. Entre los principales hallazgos se evidenció un escaso conocimiento sobre las implicaciones legales de compartir noticias falsas, así como una necesidad urgente de fomentar la alfabetización mediática. En consecuencia, los autores sugieren reforzar la educación legal sobre el uso responsable de internet y redes sociales, además de promover la diversidad informativa a través de políticas públicas (Vega-Cocha, Vásquez Chicaiza y Guevara Guevara).

Desinformación en la era digital

Las redes sociales actualmente son ampliamente utilizadas como medios de comunicación, información y entretenimiento, permitiendo una difusión inmediata de contenidos a nivel global. Sin embargo, esta misma capacidad ha facilitado también la propagación de información falsa o engañosa; este fenómeno es conocido como desinformación. Montemayor Rodríguez y García Jiménez (2021) advierten que es un problema más complejo de lo que parece, ya que no debe limitarse

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

únicamente a la intención de manipular, sino que forma parte de una lógica estructural del entorno digital, donde confluyen intereses políticos, económicos y tecnológicos. Además, Vovkodav et al. (2022) sostienen que las fake news constituyen una manifestación específica de esta problemática, la cual se ha intensificado con el auge de las plataformas sociales, pues la velocidad con la que circula la información sobrepasa con frecuencia la capacidad de verificarla adecuadamente. En este contexto, se vuelve fundamental fortalecer las competencias críticas de los ciudadanos

Por esta razón, la alfabetización informacional se presenta como una herramienta esencial, especialmente en entornos académicos, para que los estudiantes universitarios desarrollen la capacidad de evaluar la fiabilidad de los contenidos que consumen, identificar distorsiones informativas y, con ello, contribuir a una ciudadanía más consciente, reflexiva y participativa (Ballesteros-Aguayo y Ruiz del Olmo).

Algoritmos de recomendación y su rol en la difusión de información

En la actualidad, las plataformas digitales han revolucionado no solo la forma en la que interactuamos, sino también cómo consumimos contenido. Redes sociales como Facebook, X (anteriormente Twitter), Instagram y aplicaciones como WhatsApp se han convertido en fuentes de información esenciales, especialmente para jóvenes universitarios. Este acceso inmediato a datos y opiniones ha facilitado, por un lado, la democratización del conocimiento; sin embargo, también ha creado un ambiente propicio para la difusión de noticias falsas y contenido manipulado. Según González (2021), este fenómeno no solo impacta a la percepción individual, sino que también afecta la confianza en las instituciones, en la toma de decisiones ciudadanas y en la calidad del debate público.

De igual manera, García (2024) argumenta que, algunas plataformas han adoptado mecanismos como etiquetas de advertencia y paneles informativos, estas medidas no se han aplicado de manera sistemática ni efectiva. A esto se suma el hecho de que, debido a la rapidez de distribución y la ausencia de límites geográficos, las redes sociales se han convertido en espacios altamente efectivos para la expansión de información no verificada, intensificando su alcance a nivel global (Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz)

Verificación de información en entornos digitales

En la era digital, la verificación de datos ha adquirido un papel fundamental dentro del periodismo, consolidándose como una práctica especializada que responde a la creciente necesidad de evaluar la veracidad de los contenidos que circulan en línea. Herrero y Herrera Damas (2021) destacan cómo el fact-checking ha dejado de ser una labor marginal para convertirse en una línea profesional dentro de

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

las redacciones, con equipos dedicados exclusivamente a contrastar información. Este proceso se ha vuelto imprescindible para determinar la credibilidad de las noticias que se difunden en las redes sociales, permitiendo distinguir entre lo verdadero y lo falso en tiempo real, como lo argumentan Lobato et al. (2021).

En este contexto, se han desarrollado estrategias innovadoras que combinan tecnología y narrativas digitales; un ejemplo de ello es el modelo transmedia adoptado por iniciativas como Maldita Ciencia, donde la verificación se integra en relatos distribuidos a través de múltiples plataformas, lo cual permite alcanzar mayor profundidad informativa y conectar mejor con distintos públicos (Molina-Cañabate y Magallón Rosa)

Regulación y políticas contra la desinformación

En ámbitos como la salud y la ciencia, la circulación de información incorrecta genera consecuencias especialmente delicadas, lo que resalta la necesidad de diseñar estrategias específicas y promover una colaboración estrecha entre científicos, comunicadores y educadores para fortalecer la alfabetización mediática y científica en la población Salaverría-Aliaga (2021). Por otra parte, combatir la desinformación en redes sociales se ha convertido en un reto fundamental durante la gestión de la pandemia, además de constituir un objetivo prioritario para garantizar la correcta divulgación de tratamientos médicos García-Marín y Salvat-Martinrey (2022). A nivel internacional, diversas organizaciones supranacionales, como la Unión Europea, han impulsado políticas encaminadas a frenar la propagación de contenidos falsos, destacando la relevancia del fact-checking como herramienta clave para la detección y prevención. Sin embargo, la eficacia de estas iniciativas depende en gran medida de la cooperación global y de la constante adaptación ante las tácticas cambiantes de quienes difunden información engañosa (Valcárcel Siso , Carrascal Domínguez y Pintado).

Materiales y métodos

La presente investigación adoptó un enfoque mixto, integrando tanto métodos cuantitativos como cualitativos para ofrecer una comprensión más completa del fenómeno estudiado. La combinación de ambos enfoques permitió describir la influencia de los algoritmos de recomendación en la difusión de desinformación en redes sociales, y los retos que esto representa para los procesos de verificación de la información en el entorno digital.

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

El estudio fue de carácter descriptivo, ya que tuvo como finalidad detallar como los algoritmos de recomendación incidieron en la propagación de desinformación en redes sociales, sin intervenir directamente en el fenómeno. Asimismo, permitió identificar y examinar los desafíos que esta influencia representó para los procesos de verificación de información en entornos digitales, especialmente entre los habitantes de la provincia del Guayas. Para ello, se encuestó a una muestra representativa de 384 personas usuarias activas de redes sociales en la provincia del Guayas, seleccionadas mediante un muestreo probabilístico estratificado, lo que permitió obtener datos fiables y contextualizados sobre el fenómeno estudiado.

Población

La población objetivo de este estudio estuvo conformada por los ciudadanos que sean activos en redes sociales en la provincia del Guayas del cantón Guayaquil. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2022 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la provincia del Guayas cuenta con una población total de 4.391.923 personas. Se estima que aproximadamente el 59,3 % de esta población tiene acceso a Internet, lo que representa un total aproximado de 2.603.110 personas conectadas y, por tanto, posibles usuarias activas de redes sociales.

Tabla 1

Población

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mujeres	1.325.538	50,9%
Hombres	1.277.572	49,1%
Total	2.603.110	100%

Nota. Datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda, INEC. Estimación de usuarios activos de redes sociales con acceso a Internet en la provincia del Guayas

Muestra

Dado que se trabajó con una población infinita de usuarios activos en redes sociales en la provincia del Guayas del cantón Guayaquil, se aplicó la fórmula estadística correspondiente para determinar el tamaño de la muestra, obteniéndose un total de 384 personas las cuales hemos seleccionado para aplicar nuestra encuesta (considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%). Para garantizar la representatividad, se utilizó un muestreo probabilístico estratificado, distribuyendo

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

la muestra proporcionalmente de acuerdo con el sexo y grupo etario de la población con acceso a Internet.

Datos;

$$Z= 1,96$$

$$e= 0,05\%$$

$$P= 0,5\%$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n= 384,16$$

Tabla 2

Muestra de estudio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mujeres	196	50,9%
Hombres	188	49,1%
Total	384	100%

Nota. Datos calculados a partir de la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC)

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

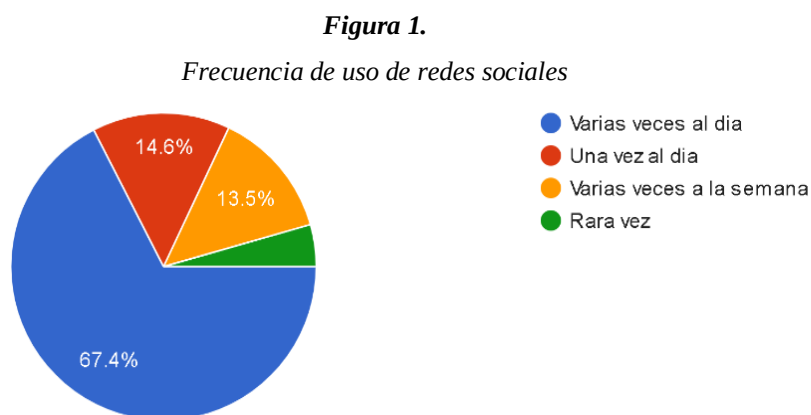
Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta semiestructurada, adecuada para investigaciones con enfoque mixto, ya que permitió recopilar datos tanto cuantitativos como cualitativos. Se elaboró un cuestionario compuesto por preguntas cerradas y abiertas, diseñadas estratégicamente en función de los objetivos específicos del estudio. Las primeras siete preguntas estuvieron dirigidas al objetivo específico 1, que consistió en identificar la percepción de los usuarios sobre la influencia de los algoritmos de recomendación en la propagación de desinformación en redes sociales. Las tres preguntas finales se orientaron al objetivo específico 3, que consistió en indagar cómo los usuarios de redes sociales en la provincia del Guayas verificaban la información que recibían antes de compartirla. Esta técnica permitió recoger opiniones personales, comportamientos y valoraciones relevantes para el análisis del fenómeno investigado.

Resultados

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de la información recopilada del manejo de desinformación en redes sociales a través de la técnica de la encuesta semiestructurada.

Resultados de las encuestas aplicadas a la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC).

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia utiliza redes sociales?



Nota. Datos obtenidos de la encuesta semiestructurada aplicada a la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC)

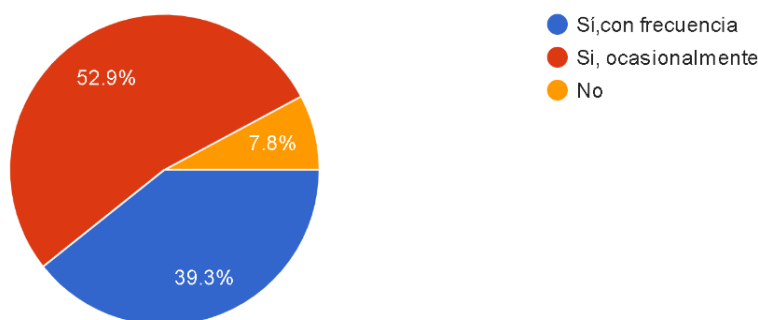
Interpretación:

En la figura 1 se puede visualizar que, de los 384 ciudadanos encuestados, el 67,4% manifestó que utiliza las redes sociales varias veces al día. Por otro lado, el 14,6% indicó que accede a ellas una vez al día. Asimismo, el 13,5% señaló que las usa varias veces a la semana. Finalmente, el 4,4%, un pequeño porcentaje de usuarios expresó que rara vez hace uso de estas plataformas. Esta pregunta evidencia que los usuarios acceden a sus redes sociales con alta frecuencia, lo que refleja su presencia constante en la vida cotidiana.

Pregunta 2. ¿Has recibido información falsa o engañosa en redes sociales?

Figura 2.

Información engañosa



Nota. Datos obtenidos de la encuesta semiestructurada aplicada a la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC)

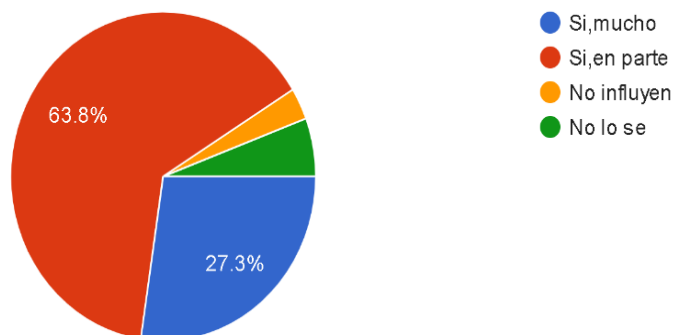
Interpretación:

En la figura 2 se observa que el 52,9% de los encuestados indicó que ha recibido información falsa o engañosa en redes sociales de forma ocasional. Por su parte, el 39,3% manifestó que este tipo de contenido le aparece con frecuencia. Finalmente, un 7,8% aseguró no haber tenido contacto con este tipo de publicaciones. Esta pregunta pone en evidencia que la mayoría de los usuarios ha estado expuesta a la desinformación en entornos digitales, lo que resalta la importancia de fomentar competencias críticas para identificar, analizar y evitar la difusión de contenidos no verificados.

Pregunta 3. ¿Consideras que los algoritmos de recomendación influyen en la difusión de desinformación?

Figura 3.

Difusión de desinformación



Nota. Datos obtenidos de la encuesta semiestructurada aplicada a la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC)

Interpretación:

En la Figura 3, se aprecia que, de los 384 ciudadanos encuestados, el 63,8% expresó que los algoritmos de recomendación contribuyen parcialmente a la difusión de desinformación en redes sociales. Asimismo, el 27,3% señaló que su impacto es alto. En contraste, un 3,1% sostuvo que estos algoritmos no tienen influencia, mientras que el 5,7% manifestó desconocer el tema. Estos resultados permiten concluir que los algoritmos de recomendación desempeñan un rol significativo en la circulación de contenido falso, lo que subraya la necesidad de fomentar una mayor conciencia sobre su funcionamiento y efectos en los entornos digitales.

Resultados de las preguntas abiertas de la encuesta

Pregunta 4. ¿Qué sugerencias daría para reducir la propagación de desinformación en las redes sociales que utiliza?

Tabla 3

Categoría de respuestas sobre estrategias para reducir la desinformación en redes sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Promover y compartir activamente noticias basadas en evidencia para contrarrestar la oferta de desinformación en las redes sociales.	200	52.08%
Consultar y difundir información verificada por medios especializados ayuda a contrarrestar noticias falsas.	100	26.04%
Más control	80	20.83%
Nada	4	1.04%
Total	384	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta semiestructurada aplicada a la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC)

Interpretación:

De los 384 ciudadanos encuestados, la tabla 3 muestra que la mayoría considera que una de las estrategias más efectivas para combatir la desinformación en redes sociales es promover y compartir activamente noticias basadas en evidencia, con un 52,08% de las respuestas. En segundo lugar, un 26,04% opina que consultar y difundir información verificada por medios especializados es una

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

medida clave. Asimismo, el 20,83% señala la necesidad de establecer un mayor control como solución, mientras que apenas un 1,04% considera que no se debe hacer nada. Estos resultados evidencian una clara disposición por parte de los usuarios a fomentar el uso de información verificada y asumir un rol responsable en la lucha contra la propagación de noticias falsas.

Pregunta 5. ¿Qué opinas sobre el control del contenido falso en redes sociales? ¿Consideras que deberían hacer más, menos o mantenerse como están? Explica tu respuesta.

Tabla 4

Categoría de respuestas sobre el nivel de control del contenido falso en redes sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Deberían hacer más para controlar el contenido falso.	240	62.50%
El control está bien como está.	110	28.65%
Deberían hacer menos, hay demasiada censura.	30	7.81%
No sabe / No responde.	4	1.04%
Total	384	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta semiestructurada aplicada a la población de usuarios con acceso a Internet en la provincia del Guayas (INEC)

Interpretación:

En la tabla 4 se puede evidenciar que el 62,50% de los usuarios encuestados opinan que se debería hacer más para controlar el contenido falso en las redes sociales, lo que refleja una alta preocupación por la desinformación digital. Por otro lado, el 28,65% considera que el control actual es adecuado, y que no es necesario implementar nuevas medidas. Sin embargo, un 7,81% manifiesta que debería hacerse menos, ya que perciben que existe una censura excesiva en los contenidos. Finalmente, un 1,04% de los ciudadanos no respondió o indicó no tener conocimiento suficiente sobre el tema. Con base a estos resultados, se puede concluir que la mayoría de los encuestados está a favor de que exista un mayor control del contenido falso, que circula en las redes sociales.

Finalmente se puede concluir que la hipótesis planteada inicialmente es aceptada en cierto modo ya que existe entre los autores y la muestra de estadío criterios que consideran que los algoritmos de recomendación influyen en la difusión de desinformación en redes sociales, representando un reto para los procesos de verificación de información en el entorno digital.

Discusiones

Los resultados obtenidos de las encuestas semiestructurada aplicada a una muestra de 384 ciudadanos con acceso a redes sociales en la provincia del Guayas, evidencian una alta frecuencia en el uso de estas plataformas. El 67,4% de los participantes manifestó utilizarlas varias veces al día, mientras que un porcentaje significativo indicó haber recibido información falsa o engañosa en dichas plataformas. Además, el 62,5 % opinó que debería ejercerse un mayor control sobre el contenido falso que circula en redes sociales. Estos hallazgos coinciden con lo señalado por García (2024) quien advierte que, aunque algunas plataformas han adoptado mecanismos como etiquetas de advertencia y paneles informativos, estas medidas no se han aplicado de manera sistemática ni efectiva. Por otra parte, la rapidez de distribución y la ausencia de límites geográficos han convertido a las redes sociales en espacios propicios para la difusión de información no verificada (Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz).

En cuanto a las percepciones de los encuestados, se observa una clara coincidencia con los planteamientos teóricos revisados. Los expertos resaltan que la información difundida en redes sociales, en numerosos casos sin verificación previa, llega a los ciudadanos de manera masiva y sin filtros. En este contexto, se encuentra correspondencia con lo expresado por Montemayor Rodríguez y García Jiménez (2021) quienes indican que las redes sociales se han consolidado como herramientas fundamentales para la comunicación, el acceso a la información y el entretenimiento, debido a su capacidad de compartir contenido de forma inmediata a nivel global. No obstante, esta misma rapidez en la difusión ha facilitado también la propagación de noticias falsas o engañosas, lo que representa un desafío significativo para la sociedad digital contemporánea.

Conclusiones

El presente estudio sobre redes sociales y desinformación en la era digital, frente al reto de los algoritmos y la verificación de información, cumplió con el objetivo general de describir la influencia de los algoritmos de recomendación en la difusión de desinformación en redes sociales, así como los retos que esto representa para los procesos de verificación de información en el entorno digital. Los resultados evidencian que dichos algoritmos desempeñan un rol fundamental en la propagación de contenidos, muchas veces falsos, que impactan de manera significativa a los ciudadanos con acceso a internet. No obstante, se reconoce que esta investigación presenta limitaciones, dado que la muestra

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

se restringió a una población específica, lo que limita la generalización de los hallazgos a otros contextos.

Por lo tanto, se recomienda fomentar en las audiencias la verificación rigurosa de la información que circula en las redes sociales, ya que los datos obtenidos indican que gran parte del contenido difundido carece de veracidad y busca influir negativamente en la percepción de usuarios que poseen un criterio crítico limitado. Así, se subraya la importancia de promover un consumo consciente y reflexivo de la información digital, para evitar la aceptación y difusión de contenidos engañosos como verdades absolutas.

Referencias

1. Ballesteros-Aguayo, Lucia y Francisco Javier Ruiz del Olmo. «vídeos falsos y desinformación ante la ia: el deepfake como vehículo de la posverdad.» *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información* 29 (2024).
2. Catalina-García, Beatriz , Jorge Pedro Sousa y Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa. «Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal.» 18.2 (2019).
3. García, Gonzalo Javier . «Nuevos marcos legales frente a la desinformación y las Fake News.» *La trama de la comunicación* 28.2 (2024).
4. García-Marín, David y Guiomar Salvat-Martinrey. «Viralizar la verdad. Factores predictivos del engagement en el contenido verificado en TikTok.» *Profesional De La información* 31.2 (2022).
5. González, Alonso Marián. «Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia.» *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información* 26 (2021).
6. Guaña Moya, Javier . «Desinformación en redes sociales: Desafíos educativos y tecnológicos.» *Impact Research Journal* 1.1 (2023): 41-57.
7. Gutiérrez-Coba, Liliana , Patricia Coba-Gutiérrez y Javier Andrés Gómez-Díaz. «Las Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos.» *evista Latina De Comunicación Social* 78 (2020).
8. Herrero, Esperanza y Susana Herrera Damas. «El fact-checker en español alrededor del mundo: Perfil, similitudes y diferencias entre verificadores hispanohablantes.» *Revista de Comunicación de la SEECI* 54 (2021).

9. Lobato, Roberto, y otros. «El fact-checking en Twitter: Un análisis del hashtag #StopBulos.» *Revista Interamericana De Psicología/ Interamerican Journal of Psychology*, 55.2 (2021).
10. Maldonado Méndez, Érika Verónica y Carlos Ruz Saldívar. «Desinformación en redes sociales: Facebook en la campaña electoral mexicana de 2024.» *Revista científica en ciencias sociales* 7 (2025): 1-15.
11. Martínez Verdú, Remedios . «Redes sociales y fake news: impacto en la percepción informativa de estudiantes universitarios.» *European Public & Social Innovation Review* 9 (2024): 1-14.
12. Martin-Neira, Juan Ignacio, Magdalena Trillo Domínguez y María Dolores Olvera Lobo. «El periodismo científico ante ladesinformación: decálogo de buenasprácticas en el entorno digital y transmedia.» *Revista de comunicación y tecnologías emergentes* 21.1 (2023): 1-20.
13. Molina-Cañabate, Juan-Pedro y Raúl Magallón Rosa. «Misinformation and scientificjournalism. The case of Maldita Ciencia.» *Revista Mediterranea de Comunicacion* 11.2 (2020).
14. Montemayor Rodríguez, Nancy y Antonio García Jiménez. «Percepción de los periodistas sobre la desinformación y las rutinas profesionales en la era digital.» *Revista general de información y documentación* 31.2 (2021).
15. Oviedo Guevara, Liseth Guadalupe y Cristina del Carmen Estrada Albeño. «Desinformación, influenciadores y aprendizaje: la redefinición del conocimiento en la era digital .» *Realidad Y Reflexión*. 1.59 (2024): 53–69.
16. Salaverría-Aliaga, Ramón. «Entender y combatir la desinformación sobre ciencia y salud.» *Ministerio de Ciencia e Innovación* (2021).
17. Valcárcel Siso , Ramón Luis , y otros. «La Unión Europea ante la desinformación y las fake news. El fact checking como un recurso de detección, prevención y análisis.» *Aproximación periodística y educ comunicativa al fenómeno de las redes sociales* (2020).
18. Vega-Cocha, Diana Paola, y otros. «Desinformación en la era digital: el papel de las redes sociales en la propagación de noticias falsas durante conflictos globales.» *Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades* 5.2 (2024): 138-149.
19. Vovkodav, Viktoriia, Luis Sendino Marcos y Adrián Cordero Redondo. «Fake news y su impacto en la sociedad: una revisión de la literatura.» *Pangea. Revista de la Red Académica liberoamericana de Comunicación* 13.1 (2022).

Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información

©2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).|