



## Influencia de las noticias falsas en plataformas digitales sobre la conciencia pública

### *Influence of fake news on digital platforms on public awareness*

### *Influência das notícias falsas em plataformas digitais sobre a consciência pública*

Giova Camacho-Castro<sup>1</sup>

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán - Sinaloa, México

 <https://orcid.org/0000-0002-8721-1737>  
[giova3791@hotmail.com](mailto:giova3791@hotmail.com)

Christian Monge-Olivarría<sup>2</sup>

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán - Sinaloa, México

 <https://orcid.org/0000-0002-0131-3450>  
[cmonge@uas.edu.mx](mailto:cmonge@uas.edu.mx) (correspondencia)

DOI: <https://doi.org/10.35622/j.rg.2023.01.004>

Recibido: 31/07/2022 Aceptado: 03/09/2022 Publicado: 04/09/2022

#### PALABRAS CLAVE

redes sociales,  
comunicación digital,  
noticias falsas,  
desinformación, opinión  
pública

**RESUMEN.** La difusión de noticias falsas por medio de las redes sociodigitales es un problema que ha llamado la atención actualmente debido a influencia sobre la opinión pública que estas tienen respecto a temas políticos, salud, económicos, entre otros. Esta investigación tuvo como propósito realizar una revisión sistemática sobre la influencia de las noticias falsas difundidas en los medios de comunicación digitales sobre la opinión pública y su impacto en diferentes temas. Metodológicamente, se abordó desde los principios de la declaración PRISMA. Los resultados de la búsqueda y aplicación de los criterios de inclusión y exclusión permitieron reconocer 30 trabajos que fueron analizados desde una perspectiva cuantitativa. Dentro de las conclusiones se destaca que la difusión de las noticias falsas en los diferentes medios digitales ha permitido modificar formas de pensamiento en el marco de la opinión pública, facilitando su control y aceptación del orden social que se desea establecer.

#### KEYWORDS

**ABSTRACT.** The dissemination of fake news through social and digital networks is a problem that has attracted attention currently due to the influence on public opinion that they have regarding political, health, economic issues, among others. This research aimed to carry out a systematic review of the influence of fake news disseminated in the digital media on public opinion and its

<sup>1</sup> Licenciado en Economía y Maestro en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa. Doctor en Gerencia Pública y Política Sociales por la Universidad de Baja California. Profesor Investigador en la Universidad Autónoma de Sinaloa.

<sup>2</sup> Licenciado en Informática por la Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS). Maestro en Tecnología Educativa por la Universidad DaVinci. Cursa el Doctorado en Investigación de la Comunicación por la Universidad Anáhuac México, Campus Norte. Profesor universitario de la UAS en las áreas de ciencias de la comunicación y tecnologías de la información. Director del Centro de Estudios Superiores de El Rosario de la uas periodo 2014-2017.



social networks, digital communication, fake news, disinformation, public opinion

impact on different issues. Methodologically it was approached from the principles of the PRISMA declaration. The search results and application of the inclusion and exclusion criteria allowed us to recognize 30 works that were analyzed from a quantitative perspective. Among the conclusions, it is highlighted that the dissemination of fake news in the different digital media has allowed for modification ways of thinking in the framework of public opinion, facilitating its control and acceptance of the social order that is desired to be established.

#### PALAVRAS-CHAVE

redes sociais, comunicação digital, fake news, desinformação, opinião pública

**RESUMO.** A disseminação de notícias falsas por meio de redes sociodigitais é um problema que tem chamado a atenção atualmente devido à influência na opinião pública que elas exercem sobre questões políticas, sanitárias, econômicas, entre outras. O objetivo desta pesquisa foi realizar uma revisão sistemática sobre a influência das fake news veiculadas nos meios digitais na opinião pública e seu impacto em diferentes temas. Metodologicamente, foi abordado a partir dos princípios da declaração PRISMA. Os resultados da busca e aplicação dos critérios de inclusão e exclusão permitiram reconhecer 30 trabalhos que foram analisados numa perspectiva quantitativa. Entre as conclusões, destaca-se que a divulgação de notícias falsas nos diferentes meios digitais tem permitido modificar as formas de pensamento no âmbito da opinião pública, facilitando seu controle e aceitação da ordem social que se deseja estabelecer.

## 1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) por mucho tiempo han sido el único canal de información utilizado para conocer acerca de los acontecimientos más importantes del país y del mundo. Sin embargo, con el desarrollo de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación e información (TIC), los usuarios de Internet emplean en mayor medida las plataformas digitales o redes sociales (Cabezuelo y Ruiz, 2010) para mantenerse informados, estos medios se han convertido en la principal puerta de acceso al conocimiento, a la información y al entretenimiento (Campos, 2008).

Las plataformas digitales son el soporte de las redes sociales y promueven la multiplicación de contenido desde su generación hasta su intercambio; brindando espacios de distintos temas político, social, salud, deporte, economía, entre otros (Calle et al., 2021), permitiendo una mayor participación por parte de ellos (Arshad y Khurram, 2020; González, 2018). Según Ramírez et al., (2021) las plataformas son como un nicho reproductor de mensajes masivos, diversidad de formatos y nuevas formas de presentar la información. Sin embargo, algo negativo y preocupante de estas opciones abiertas al público es que no hay ningún filtro que impida o regule los comentarios y el tipo de información que se difunde en estas plataformas.

Muchos contenidos se disfrazan como noticias; sin embargo, lo cierto es que son engañosos y la información resulta manipulada o falsa. A criterio de Leeder (2019) las noticias falsas son contenidos que emulan ser reales con la intención de desinformar y confundir, noticias que buscan tener un impacto masivo e influir en la opinión de la sociedad respecto a un tema o personaje. Para Ramírez et al. (2021) el concepto de noticias falsas es sinónimo de desinformación, utilizado para indicar rumores que circulan principalmente en las redes sociales; esta no se trata solo de una información mal dicha o dicha a medias, sino que abarca todo tipo de información falsa divulgada deliberadamente para lograr intereses de individuos o grupos. Su proceso de viralización ocurre gracias a las posibilidades que comenzaron a ofrecer los nuevos soportes de publicación digital. Este tipo de desinformación se está extendiendo aún más que antes, debido al entorno mediático emergente que agiliza la polarización y fragmentación de diferentes grupos (Jang et al., 2018). Este artículo tiene como propósito realizar una revisión sistemática sobre la influencia de las noticias falsas difundidas en los medios de comunicación digitales sobre la opinión pública y su impacto en temas político, salud, económico y social.



## 2. MÉTODO

Para la configuración y desarrollo de esta investigación se decidió hacer uso de una revisión sistemática, la cual es definida por Mesa (2013) “como un estudio integrativo, observacional, retrospectivo, secundario, en el cual se combinan estudios que examinan la misma pregunta” (p.3). Por tal motivo, se decidió seguir las directrices emanadas en la declaración PRISMA, actualizada en el año 2020 (Page et al., 2021).

Bajo esta consideración, se tomaron en cuenta los planteamientos realizados por Fernández et al., (2020) de quien se puede entender que para el desarrollo de las revisiones sistemáticas deben seguirse una serie de reglas que garantizan la calidad científica del trabajo, partiendo desde la delimitación de la pregunta de investigación y objetivos, lo que permite un análisis crítico del material recuperado.

### *Estrategias para la recuperación y selección de documentos*

Para la recuperación y selección de documentos se establecieron parámetros definidos, por ejemplo, motores y ecuaciones de búsqueda y criterios de inclusión y exclusión, los cuales se presentan a continuación:

### *Bases de datos y ecuaciones de búsqueda*

La recopilación de documentos se realizó a partir de una búsqueda exhaustiva en bases de datos, para el caso de esta investigación se emplearon las bases de datos: a) Science Direct, b) Redalyc, c) Scielo y d) Google Académico.

De esta manera, para recuperar la información de las bases de datos se definieron palabras claves para la búsqueda bibliográfica, las cuales permitieron definir las ecuaciones de búsqueda, siguiendo las indicaciones de Codina (2020). En función de ello, se logró clarificar y definir tres ecuaciones de búsqueda, compuestas por un total de diez términos individuales, los cuales ayudaron a configurar la variable de estudio A\*= Redes sociodigitales, conciencia pública y política (Tabla 1). Adicionalmente, debe reconocerse que las ecuaciones de búsqueda estuvieron constituidas por caracteres especiales que ayudaron a refinar la búsqueda:

- Las comillas se utilizaron para definir los términos más concretos del tema abordado.
- El operador “AND”, “Y” o “+” fue usado para unificar dos temas y realizar una conjunción.
- El término “O” se empleó para indicar al motor de búsqueda que puede seleccionar un término u otro.

Tabla 1. Ecuaciones de búsqueda

| A*   |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociodigitales o comunicación digital and <i>fake news</i> and “influencia de las noticias falsas en las redes sociodigitales”</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataformas digitales and noticias falsas and ciudadanía o conciencia pública</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación digital and desinformación and opinión pública</li> </ul>  |

### Criterios de inclusión y exclusión de documentos

Una vez delimitadas las bases de datos y ecuaciones de búsqueda que permitirían recuperar la información, se prosiguió la definición de los criterios de inclusión y exclusión que permitieron recuperar la literatura a revisar, tal como lo estableció Beltrán (2005).

Resulta fundamental reconocer que para la recopilación de información se estableció como escala temporal de análisis el periodo comprendido entre los años 2015-2022. Los criterios de inclusión y exclusión se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión

| Criterios de inclusión   | Criterios de exclusión   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios con aportes relacionados con el objeto en estudio.</li> <li>Realizados en el periodo 2015-2022.</li> <li>Estudios relacionados con el tema, plataformas digitales, noticias falsas, opinión pública.</li> <li>Estudios en formato textual.</li> <li>Estudios en formato <i>Open Access</i>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios pocos citados.</li> <li>Estudios legislativos.</li> <li>Documentos repetidos.</li> <li>Publicaciones anteriores al año 2015.</li> <li>Estudios que no aportan a la investigación.</li> </ul> |

### Tratamiento de la información

Luego de la recuperación de información, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión, dejando de lado en primera instancia aquellas investigaciones con poca información de citas recibidas. Posteriormente, se refinaron los criterios y se excluyeron aquellos trabajos que pocos citados; legislativos; documentos repetidos; publicaciones anteriores al año 2015 y estudios que no aportan a la investigación.

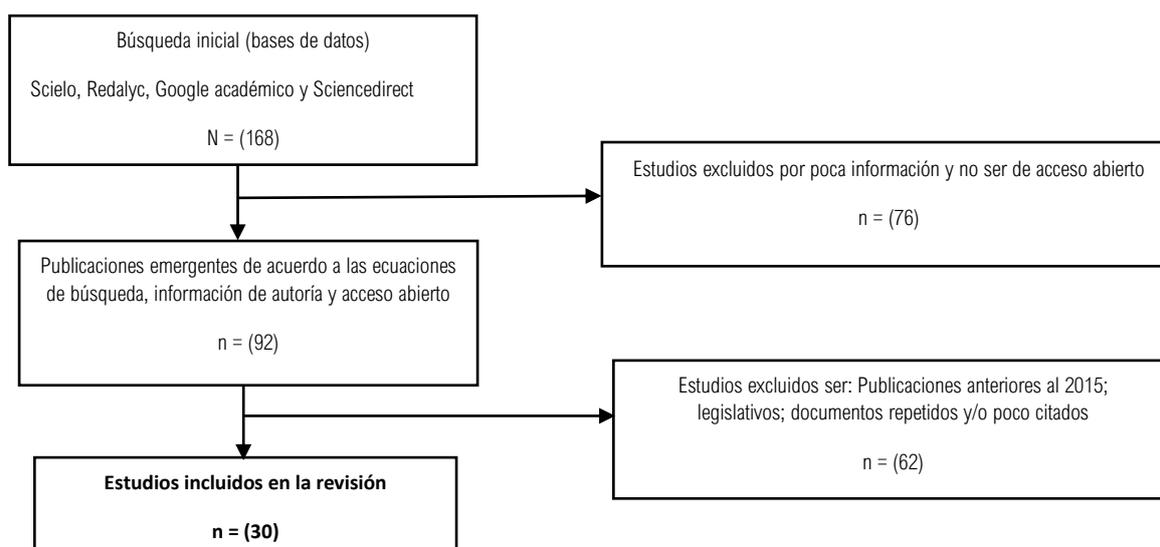


Figura 1. Diagrama de flujo de inclusión y exclusión de documentos.

Los documentos recuperados fueron procesados a través de técnicas artesanales de análisis de contenidos, que permitieron reconocer las palabras que se repiten con mayor frecuencia dentro de un archivo, además, se hizo uso de la ficha bibliográfica para la sistematización de información recopilada.

### 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se procede a presentar los resultados principales relacionados con la influencia de las noticias falsas difundidas en los medios de comunicación digitales sobre la opinión pública y su impacto en temas político, salud, económico y social. Por tal motivo se puede apreciar la matriz síntesis de los documentos considerados dentro de esta revisión.

Tabla 3. Matriz de síntesis de documentos considerados para la revisión.

| N° | Autor/año               | Título  |
|----|-------------------------|---|
| 1  | Ramírez et al. (2021)   | Fake News e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: Caso El Merciooco, Ecuador   |
| 2  | González et al. (2021)  | Repensando las fake news desde la economía política   |
| 3  | Ojeda et al. (2020)     | Convergencia entre desinformación política y social en el conflicto electoral de 2019 en Bolivia  |
| 4  | García y Gómez (2021)   | Fake news en tiempos de posverdad. Análisis de informaciones falsas publicadas en Facebook durante procesos políticos en Brasil y México 2018.                                |
| 5  | Arévalo et al. (2021)   | Nueva teoría estratégica de comunicación y biopolítica en México ante la COVID-19: Proyecto de salud solidaria ES POR TI  |
| 6  | Martin (2022)           | Medios y compromiso político. El papel de la comunicación en el fortalecimiento cívico  |
| 7  | Del Prado et al. (2021) | Comunicación sobre COVID-19 en Twitter: liderazgo y dialéctica, presidentes de México, España, Estados Unidos   |
| 8  | Calle et al. (2021)     | Distanciamiento social, infodemia, desinformación y noticias falsas: invitados invisibles en pandemia (Monográficos)  |
| 9  | Rodríguez et al. (2021) | La vida conectiva. Las redes digitales como espejos sociotécnicos de Iberoamérica   |
| 10 | Galarza (2020)          | ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México |
| 11 | Olivares (2019)         | Tasa cero, redes sociales gratis y noticias falsas en el marco de elecciones presidenciales en Chile: proyecciones y propuestas   |
| 12 | Olmedo (2020)           | Implicaciones metodológicas sobre el uso del Análisis de Redes Sociales en redes sociodigitales   |
| 13 | De Aguilera (2019)      | ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social.  |

|    |                              |   |
|----|------------------------------|---|
| 14 | Palazuelos (2019)            | El uso de redes sociodigitales en las protestas de los Malnacidos en Hermosillo, Sonora, 2013   |
| 15 | Rivera (2019)                | La adaptación del periodismo especializado en salud al entorno digital. Análisis de las prácticas periodísticas en cibermedios mexicanos  |
| 16 | Nieves et al. (2021)         | Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina   |
| 17 | Gonzales (2018)              | El relevante papel de las tecnologías de la información y la comunicación en las democracias modernas   |
| 18 | Pilgun (2015)                | Comunicación política en la red social Facebook: segmento rusoparlante  |
| 19 | Chen y Wang (2022)           | La publicidad política engañosa alimenta la falta de civismo en línea: un análisis de redes sociales de los comentarios de video de la campaña electoral presidencial de EE. UU. de 2020 en YouTube           |
| 20 | Saifuddin y Gil (2022)       | Exposición incidental de noticias en las redes sociales y brechas de participación política: desentrañando el papel de la educación y las redes sociales  |
| 21 | Arshad y Khurram (2020)      | ¿Puede la presencia del gobierno en las redes sociales estimular la participación política en línea de los ciudadanos? Investigar la influencia de la transparencia, la confianza y la capacidad de respuesta |
| 22 | Weismueller et al. (2022)    | ¿Qué hace que las personas compartan contenido político en las redes sociales? El papel de la emoción, la autoridad y la ideología  |
| 23 | Zhang y Ghorbani (2020)      | Una visión general de las noticias falsas en línea: caracterización, detección y discusión  |
| 24 | Ojochenemi y Msughter (2022) | Evaluación de la difusión de noticias falsas de Covid-19 entre usuarios de redes sociales en el estado de Kano, Nigeria   |
| 25 | Calvillo et al. (2021)       | Los factores de personalidad y el consumo autoinformado de noticias políticas predicen la susceptibilidad a las noticias políticas falsas   |
| 26 | Heyneman (2021)              | Noticias falsas, verdad falsa: un nuevo propósito para la educación pública   |
| 27 | Cheng et al. (2021)          | ¿Mal menor? Opinión pública sobre la regulación de noticias falsas en Japón, Corea del Sur y Tailandia: una comparación de tres países  |
| 28 | Ramírez y Gómez (2020)       | Gestión de la política española en <i>YouTube</i> . Una asignatura pendiente  |
| 29 | Ituassu et al. (2019)        | Comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de Donald Trump y Jair Bolsonaro   |
| 30 | Trillos y Soto (2018)        | El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político   |

A continuación, se procede a presentar los elementos fundamentales que permiten reconocer los aportes de las investigaciones seleccionadas con relación a las plataformas digitales y el efecto de las noticias falsas en la opinión pública.

## Publicaciones por año de producción

En este apartado se presentan los resultados relacionados por el año de publicación de cada una de las investigaciones recuperadas y revisadas (figura 2).

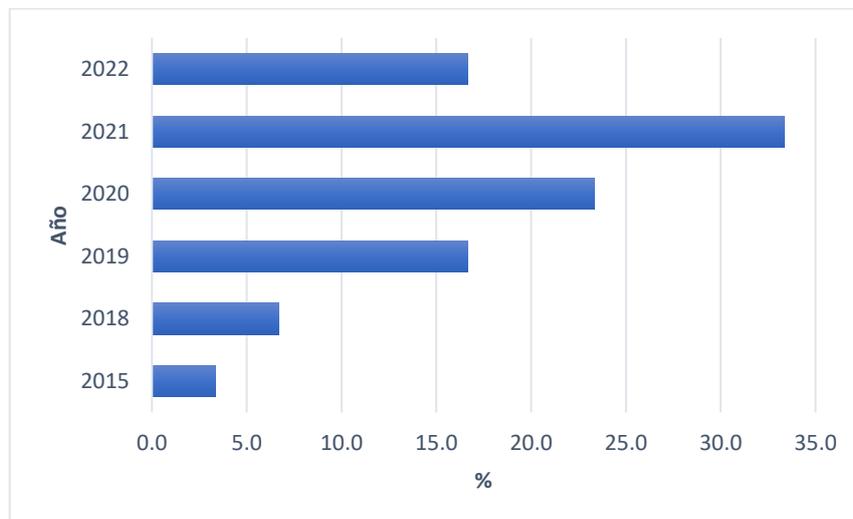


Figura 2. Frecuencia de publicaciones por año de producción

Como se puede evidenciar en la figura, el año con mayor frecuencia de publicación de los artículos verificados se concentra en los años 2021 y 2020 con un 33.3% (10 documentos) y 23.3% (7 documentos) respectivamente, seguido de una tendencia de 16.7% (5 documentos) para los años 2019 y 2022, para finalmente encontrar una concentración de 6.7% (2 documentos) y 3.3% (1 documento) para los 2018 y 2015 respectivamente.

La tendencia que se da en relación con los años 2019, 2020 y 2021 podría explicarse debido a que producto de la pandemia provocada por el covid-19 se desarrollaron grandes avances de las tecnologías de la información y comunicación que han incorporado nuevas herramientas y formas de intermediación e interactividad que están reconfigurando el espacio mediático (Campos, 2008; Rivera, 2019). Con las medidas de prevención (aislamiento, distanciamiento, entre otros) implementadas por los diferentes países, mayor cantidad de personas buscaron formas de distraerse, informarse o entretenerse, esto trajo como consecuencia el elevado uso de las plataformas digitales. Según Rodrigues et al. (2020); Rodríguez et al. (2021) en los últimos años se presenta un aumento del tiempo dedicado al empleo de las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube. Olmedo (2020) menciona que estas plataformas digitales fomentan espacios de interacción social mediante flujo constante de información y contenido que es creado de manera innata por usuarios, empresas, artistas, políticos e instituciones. Paralelamente con ello, también se presentó un aumento en el uso de noticias falsas, los cuales buscaron influir en la opinión pública respecto a temas como salud, política, economía, etc. También, por su parte, Ramírez et al. (2021) señalan que los temas más propensos a ser foco de noticias falsas son los de carácter político y de salud, ya que justamente durante el periodo donde ocurrió la crisis sanitaria por la COVID-19, se originaron casos de corrupción, relacionados con insumos médicos, en hospitales públicos del país.

### Publicaciones por continente

Ahora bien, resulta esencial reconocer la tendencia en cuanto al continente de procedencia de las publicaciones recuperadas y analizadas, lo cual se presenta en la figura 3.

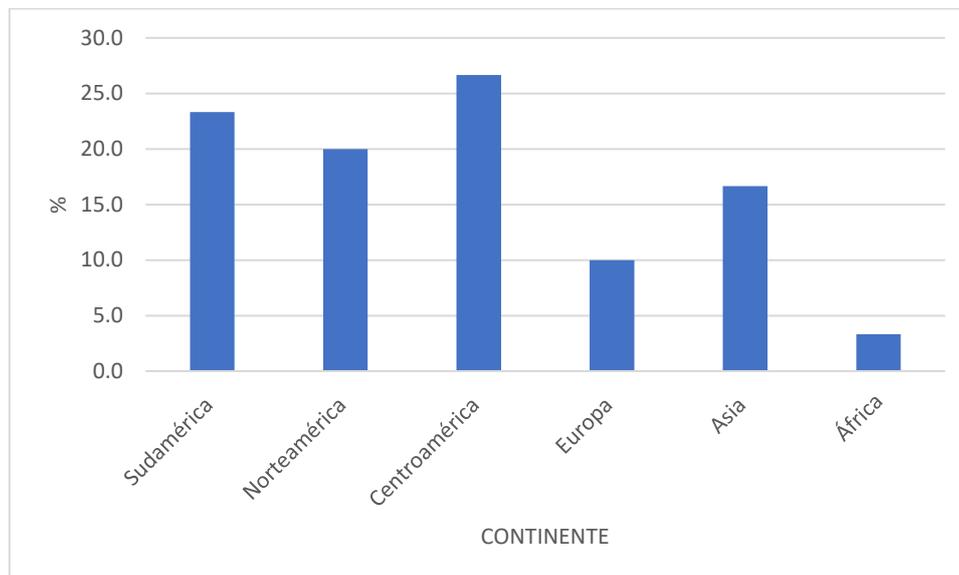


Figura 3. Frecuencia de publicación por continente de procedencia.

De acuerdo con lo presentado en la figura 3, se puede verificar que la mayor frecuencia de publicaciones proviene de Centroamérica con un 26.7%, especialmente del país de México; seguido de Sudamérica con un 23.3%; Norteamérica con un 20%; Asia con un 16.7 %; Europa 10% y finalmente África con un 3.3%.

De acuerdo a los resultados, se puede comprobar que el 70% de los trabajos fueron recuperados de los países que pertenecen al continente americano. Esto podría explicarse por la libertad y la falta de regulación de la información que se difunde en las diferentes plataformas digitales en estos países y situaciones en las que se asocia a las noticias falsas, como por ejemplo Zhang y Ghorbani (2020) menciona que las noticias falsas en línea tienen el potencial para causar serios problemas en la sociedad, caso cuestionado son las elecciones presidenciales de EE. UU. del 2016 la cual estuvo influenciada por noticias falsas, gran parte de la información reciente que aparece en las redes sociales es dudosa y en algunos casos busca inducir al error de juicio. Otro caso mencionado en el continente americano, García y Gómez, (2022) presentan un estudio sobre los patrones discursivos de las *fakes news* publicadas en las redes sociales durante los procesos políticos en Brasil y México 2018 (Ituassu et al., 2019).

Por otro lado, la menor frecuencia de publicaciones en el continente asiático podría deberse, a que es una región políticamente diversa, donde la libertad de expresión no ha definido tan universalmente como en América, en esta región, los estados autoritarios y los regímenes híbridos tienen leyes que otorgan a las autoridades el poder restringir que los proveedores de plataformas y/o las personas difundan información que consideren falsa y/o dañina (Cheng et al., 2021).

### Publicaciones por red social

En esta sección se presenta un análisis del tema con relación a las diferentes plataformas utilizadas.

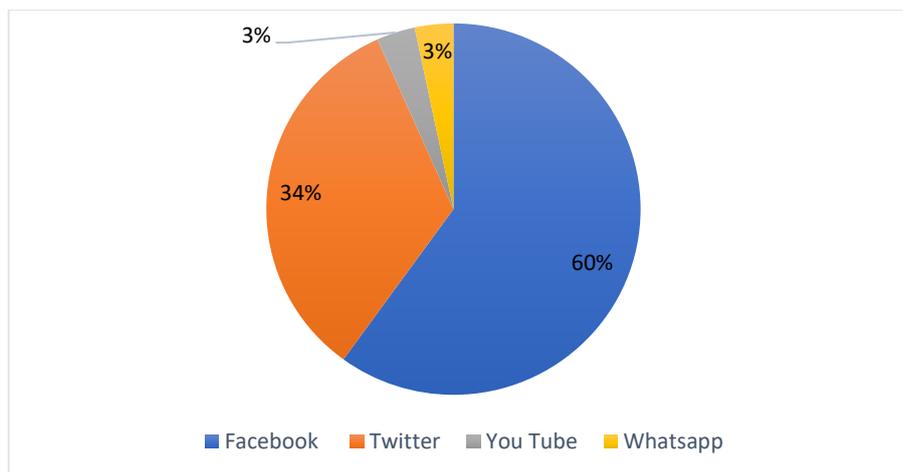


Figura 4. Frecuencia de publicaciones por tipo de red social utilizada

En esta sección se analiza los estudios encontrados según su red social utilizada para la difusión de las noticias falsas, de la figura 4 observa que gran cantidad de estudios sobre noticias falsas se enfocan en la plataforma de Facebook con un 60%; seguido de Twitter con un 34% y finalmente You Tube y WhatsApp con un 3% cada uno. Facebook es la principal red social que existe en el mundo, su principal objetivo es dar soporte para producir y compartir contenidos, enviar y recibir mensajes, hacer contactos, realizar búsquedas, anunciar, entre otros. Sin embargo, las bajas medidas de control de los contenidos difundidos hacen que personas inescrupulosas manipulen la información sin medir las consecuencias.

Pilgun y Gradoselskaya (2015) clasifican los actores políticamente activos de Facebook y analizar su comportamiento sociolingüístico, llegando a la conclusión que desde que las redes sociales están siendo utilizadas cada vez más con fines políticos, el análisis de los procesos sociolingüísticos en las comunidades virtuales activas políticamente ha adquirido mucha importancia en todo el mundo.

Por otro lado, de acuerdo con De Aguilera y Casero (2018) la plataforma de Twitter desde su uso como herramienta innovadora de campaña por parte de Barack Obama se consideró como un medio muy importante de comunicación digital. Por su parte, Del Prado et al. (2021) también analizaron el impacto, mensajes difundidos en Twitter y su impacto en la opinión de los usuarios referente a un tema. Por otra parte, Galarza (2021); Chen y Wang (2022) y Ramírez y Gómez (2020) realizan estudios, donde analizan la plataforma de YouTube como medio de difusión de noticias falsas, y el impacto que este tiene sobre la opinión pública.

### Publicaciones por tipo de noticia

Con la intención de profundizar en la comprensión de los estudios revisados, a continuación, se presenta un acercamiento con relación a la influencia de las noticias falsas en la opinión pública respecto al tipo de noticia que presenta.

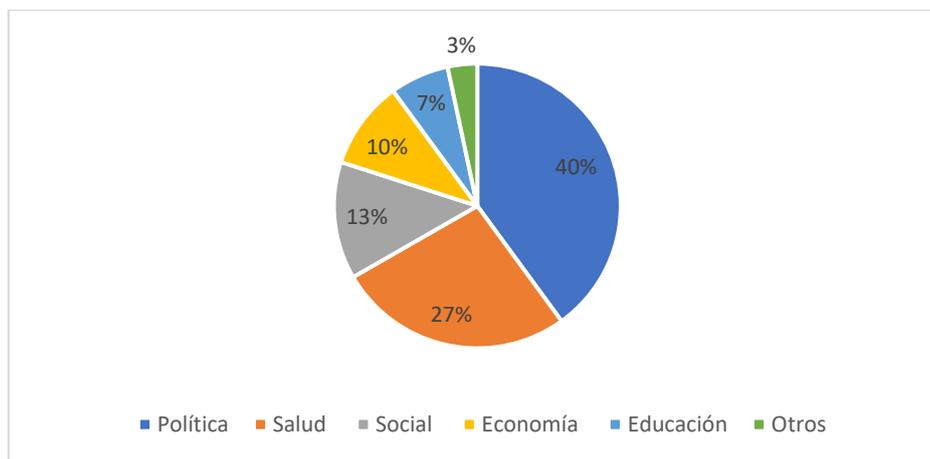


Figura 5. Frecuencia de publicaciones por tipo noticia.

Tal como se observa en la figura 5, la mayor cantidad de investigaciones verificadas provienen de temas políticos con un 40 % (12 documentos) seguido de temas como salud con un 27 % (8 documentos), social, económico y educación con un 13% (4 documentos), 10% (3 documentos) y 7% (2 documentos) respectivamente; finalmente otros con un 3% el cual representa a temas como farándula, deportes.

Debido a la temática abordada, se comprende que la mayor información de publicaciones sea respecto a temas políticos, salud y economía (Ahmed y López, 2022), ya que el desarrollo de las tecnologías digitales ha venido abarcando todos los ámbitos de la vida humana y hoy es casi un imposible vivir en sociedad sin el concurso de las plataformas informáticas (Muñiz y Echeverría, 2022), los software y todo tipo de programas y aparatos personales que han transformado de manera dramática la forma de comportarnos y de comunicarnos. Trillos et al. (2018) analiza el activismo político y la opinión pública en las plataformas digitales Facebook y Twitter y en los medios tradicionales, encontrando que los activistas en las redes sociales no actúan por cuenta propia. Estos son manipulados por los líderes de opinión a través de los medios tradicionales que constituyen con las redes sociales un circuito mediador para las relaciones de poder y las transformaciones sociales. Según Bonilla (2019) las campañas de desinformación basadas en noticias falsas tienen la capacidad de distorsionar elecciones políticas, esta estrategia ha sido utilizada por distintos grupos que han visto en las plataformas digitales el canal ideal para la difusión de este tipo de noticias. Ojeda y Peredo (2020) encontraron momentos predominantes de desinformación política-electoral y desinformación social, que, dentro del conflicto, convergieron, generando mayor interacción en torno a las elecciones generales en Bolivia de 2019. Weismueller et al. (2022) realiza un estudio donde encuentra que las emociones juegan un papel importante en cuanto se refiere a compartir o aceptar noticias políticas de las redes sociales. Similar Calvillo et al. (2021) efectuaron un estudio donde examinaron si los factores de personalidad y el consumo de noticias predicen el discernimiento de noticias políticas de un individuo, observaron que los factores de personalidad y el consumo de noticias están relacionados con la capacidad de discernir entre noticias políticas verdaderas y falsas.

Un caso de salud en el de Ahmed y Msugther (2022); Arévalo et al. (2021); Calle et al. (2021) evaluaron la difusión de noticias falsas sobre el COVID-19 entre los usuarios de las redes sociales, encontrando que la difusión de esas historias falsas se debió más a factores políticos y de comportamiento, además encontraron que las personas no entienden completamente hasta qué punto fueron influenciados por este tipo de noticias, y como afectó en su comportamiento y toma de decisiones; y como resultado en el entorno de emergencia sanitaria causaron angustia y desesperación entre la población. Mayerly et al. (2021) describen el

comportamiento de la diseminación de noticias falsas en el contexto de la mortalidad por COVID-19 y el manejo de la infodemia en diferentes países; finalmente, observaron que, en lugares con menor uso de las redes sociales como único medio para la obtención de la información y menor confianza en el contenido de redes sociales, las tasas de mortalidad fueron también menores.

Para González et al. (2021) en el escenario económico, el término Fake News se relaciona con opiniones extremistas, propaganda y manipulación; con la intención engañar al usuario. Son formas de generación de enajenación en el marco de las relaciones capitalistas de producción, que representan los intereses del gran capital, bajo el contenido de una guerra no convencional, basada en crear incertidumbres, mediante la tergiversación de ideas. Por otra parte, Petratos (2021) analiza los efectos negativos de las noticias falsas en los negocios, y para gestionar este riesgo cibernético brindó algunas recomendaciones como: generar estrategias de transformación digital; reconocer, detectar y evaluar los riesgos cibernéticos; establecer y adoptar estándares y normas; usar y crear desinformación, y herramientas contra las noticias falsas; formar asociaciones y aumentar la inversión, lo que puede beneficiar a los ejecutivos y líderes empresariales en una variedad de industrias, sectores y naciones. Palazuelos (2019) presenta un caso de estudio sobre el uso de las redes sociales y su vínculo en torno a una protesta social contemporánea a partir de una reseña de manifestaciones. Finalmente, según Heyneman (2021) establece que las escuelas públicas pueden tener un papel que desempeñar para abordar el problema de las noticias falsas y la verdad falsa, capacitando a las personas y educándolas al respecto para que logren identificar por sí solas las noticias verdaderas y falsas.

#### 4. CONCLUSIONES

Las tecnologías de la Información y las comunicaciones se han desarrollado exponencialmente revolucionando la comunicación humana. El auge de estas tecnologías obliga a replantear la pedagogía de la comunicación y la participación política, ya que han influido en un gran cambio de los métodos tradicionales de movilización de la opinión pública. Las redes sociodigitales forman una parte muy importante en la cotidianidad de las personas, como medio de entretenimiento, información, educación, interacción y distracción. Estas herramientas digitales pueden ser usadas por personas, empresas o estados, para brindar información, que puede ser verídica o falsa, con la finalidad de generar influencia en la opinión de las personas.

Las informaciones falsas vienen en su mayoría acompañadas de un aire conspirativo que produce en el lector una sensación de complicidad con el autor, pues es este último quien le revela la verdad que, supuestamente, las entidades y los medios de comunicación le ocultan. Además, una noticia falseada tiende a ser efímera. Pero cuando esta ha sido removida, ya existen otras circulando. Es decir, es el conjunto de ellas y el ambiente que crea a su paso lo que pone en peligro a las sociedades. En la práctica política e ideológica, la manipulación de las noticias falsas ha permitido modificar formas de pensamiento en el marco de la opinión pública, facilitando su control y aceptación del orden social que se desea establecer.

Además, concebidas en lo económico, las Fake News, son ideas previamente elaboradas para engañar, mediante historias que tienen como objetivo aumentar el número de lectores, propiciando su uso compartido en línea, y con ello mayores ingresos por clic en Internet.

#### **Conflicto de intereses / Competing interests:**

Los autores declaran que no incurren en conflictos de intereses.

#### **Rol de los autores / Authors Roles:**

*Giova Camacho-Castro; Christian Monge-Olivarria*



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0.

Giova Camacho-Castro: Conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, escritura -preparación del borrador original, escritura -revisar & amp; edición.

Christian Monge-Olivarría: Conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, recursos, software, supervisión, validación, visualización, administración del proyecto, escritura -preparación del borrador original, escritura -revisar & amp; edición.

#### **Fuentes de financiamiento / Funding:**

Los autores declaran que no recibieron un fondo específico para esta investigación.

#### **Aspectos éticos / legales; Ethics / legals:**

Los autores declaran no haber incurrido en aspectos antiéticos, ni haber omitido aspectos legales en la realización de la investigación.

## **REFERENCIAS**

- Ahmed, M. O., y Msughter, A. E. (2022). Assessment of the spread of fake news of Covid-19 amongst social media users in Kano State, Nigeria. *Computers in Human Behavior Reports*, 6, 100189. <https://doi.org/10.1016/J.CHBR.2022.100189>
- Ahmed, S., y Gil, T. (2022). Incidental news exposure on social media and political participation gaps: Unraveling the role of education and social networks. *Telematics and Informatics*, 68, 101764. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2021.101764>
- Apolo, A. E., Tusa, F. E., y Román, M. M. (2021). Fake news e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: Caso el Mercico, Ecuador. *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SCIELOPREPRINTS.2993>
- Apolo E. A., Tusa, F. E., y Román, M. M. (2021). Fake news e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: Caso el mercico, Ecuador. *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.2993>
- Arévalo, R. I., del Prado Flores, R., y Góngora, G. E. (2021). Nueva teoría estratégica de comunicación y biopolítica en México ante la COVID-19. *Razón y Palabra*, 24(110), 113–137. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1723/1515>
- Arshad, S., y Khurram, S. (2020). Can government's presence on social media stimulate citizens' online political participation? Investigating the influence of transparency, trust, and responsiveness. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101486. <https://doi.org/10.1016/J.GIQ.2020.101486>
- Beltran, G. O. A. (2005). Revisiones sistemáticas de la literatura. *Revista Colombiana de Gastroenterología*, 20(1), 60–69. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337729264009>
- Cabezuelo, F., y Ruiz, M. (2010). Comunicación digital y política en Aragón. Una fórmula para la bidireccionalidad en la interacción entre políticos y ciudadanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 340–353. <https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-904-240-353>
- Calle, M. I., Sánchez, R., y Vizuet C., C. W. (2021). Distanciamiento social, infodemia, desinformación y noticias falsas: Invitados invisibles en pandemia. *Revista de Comunicación y Cultura*, 4, 132–145. <https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.2>

- Calvillo, D. P., García, R. J. B., Bertrand, K., y Mayers, T. A. (2021). Personality factors and self-reported political news consumption predict susceptibility to political fake news. *Personality and Individual Differences*, 174. <https://doi.org/10.1016/J.PAID.2021.110666>
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277–286. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Chen, Y., y Wang, L. (2022). Misleading political advertising fuels incivility online: A social network analysis of 2020 U.S. presidential election campaign video comments on YouTube. *Computers in Human Behavior*, 131, 107–202. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2022.107202>
- Cheng, J. W., Mitomo, H., Kamlean, A., y Seo, Y. (2021). Lesser evil? Public opinion on regulating fake news in Japan, South Korea, and Thailand – A three-country comparison. *Telecommunications Policy*, 45(9), 102185. <https://doi.org/10.1016/J.TELPOL.2021.102185>
- Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas. *Revista ORL*, 11(2), 139–153. <https://doi.org/10.14201/ORL.22977>
- De Aguilera, M., y Casero, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 16(1), 1–21. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1162>
- Del Prado, R., Arévalo, R. I., Góngora, (2021). Comunicación sobre COVID-19 en Twitter: liderazgo y dialéctica presidentes de México, España, Estados Unidos. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 310–321. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.546>
- Fernández, H., King, K., Enríquez, C. B. (2020). Revisiones Sistemáticas Exploratorias como metodología para la síntesis del conocimiento científico. *Enfermería Universitaria*, 17(1), 87–94. <https://doi.org/10.22201/eneo.23958421e.2020.1.697>
- Fortich, N. (2013). ¿Revisión sistemática o revisión narrativa? *Ciencia y Salud Virtual*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.22519/21455333.372>
- Galarza, R. (2021). Vista de ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación En Comunicación*, 21, 265–286. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.13>
- García, D., y Gómez, M. E. (2022). Fake news en tiempos de posverdad. Análisis de informaciones falsas publicadas en Facebook durante procesos políticos en Brasil y México 2018. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 28(1), 91–101. <https://doi.org/10.5209/esmp.71251>
- Gil, M., y Gómez, R. (2020). Gestión de la política española en YouTube: Una asignatura pendiente - Dialnet. *Observatorio*, 14(1), 22–44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7617849>
- González, M. y Martínez, D., (2021). Repensando las fake news desde la economía política. *Oikos Polis*, 6(1), 4–41. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2415-22502021000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-22502021000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=es)



- González, O. (2018). El relevante papel de las tecnologías de la información y la comunicación en las democracias modernas. *Revista Buen Gobierno*, 25, 1–26. [https://doi.org/10.35247/BUENGOB\\_25\\_07](https://doi.org/10.35247/BUENGOB_25_07)
- Heyneman, S. P. (2021). Fake news, fake truth: A new purpose for public schooling. *International Journal of Educational Development*, 87. <https://doi.org/10.1016/J.IJEDUDEV.2021.102496>
- Ituassu, A., Capone, L., Firmino, L. M., Mannheimer, V., y Murta, F. (2019). Comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de Donald Trump y Jair Bolsonaro. *Perspectivas de La Comunicación*, 12(2), 11–37. <https://doi.org/10.4067/S0718-48672019000200011>
- Jang, S. M., Geng, T., Queenie Li, J. Y., Xia, R., Huang, C. T., Kim, H., y Tang, J. (2018). A computational approach for examining the roots and spreading patterns of fake news: Evolution tree analysis. *Computers in Human Behavior*, 84, 103–113. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2018.02.032>
- Leeder, C. (2019). How college students evaluate and share “fake news” stories. *Library & Information Science Research*, 41(3), 100967. <https://doi.org/10.1016/J.LISR.2019.100967>
- Mayerly, G., Cuervo, N., Manrique, E. F., Robledo, A., Karina, E., y Ardila, G. (2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45, e44. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>
- Muñiz, C., y Echeverría, M. (2022). Presentación: Medios y compromiso político. El papel de la comunicación en el fortalecimiento cívico. *Comunicación y Sociedad*, 2022(0), 1–6. <https://doi.org/10.32870/CYS.V2022.8382>
- Ojeda, A., y Peredo, V. (2020). Convergencia entre desinformación política y social en el conflicto electoral de 2019 en Bolivia. *Temas Sociales*, 46, 98–126. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0040-29152020000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152020000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Bonilla, Y. (2019). *Tasa cero, redes sociales gratis y noticias falsas en el marco de elecciones presidenciales en Chile: proyección*. <https://acortar.link/8P1st0>
- Olmedo, R. A. (2020). Implicaciones metodológicas sobre el uso del análisis de redes sociales en redes sociodigitales. *Quórum Académico*, 17(2), 73–94. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199064447005>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., y Moher, D. (2021). Updating guidance for reporting systematic reviews: development of the PRISMA 2020 statement. *Journal of Clinical Epidemiology*, 134, 103–112. <https://doi.org/10.1016/J.JCLINEPI.2021.02.003>
- Palazuelos, I. (2019). El uso de redes sociodigitales en las protestas de los Malnacidos en Hermosillo, Sonora, 2013. *Región y Sociedad*, 31(e1226). <https://doi.org/10.22198/RYS2019/31/1226>
- Petratos, P. N. (2021). Misinformation, disinformation, and fake news: Cyber risks to business. *Business Horizons*, 64(6), 763–774. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2021.07.012>
- Pilgun, M., y Gradoselskaya, G. (2015). Comunicación política en la red social Facebook: segmento rusoparlante. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 726–749. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1068>



- Rivera Terrazas, J. I. (2019). La adaptación del periodismo especializado en salud al entorno digital. Análisis de las prácticas periodísticas en cibermedios mexicanos. *Contratexto*, 32, 319–341. <https://doi.org/10.26439/contratexto2019.n032.4623>
- Rodrigues, S. A., Borges, L., Barboza, M. O., y Leira, L. R. (2020). ¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental? *Rev Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog*, 16(1), 1–3. <https://doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089>
- Rodrigues, P., Capoano, E., y Barredo, D. (2021). La vida conectiva. Las redes digitales como espejos sociotécnicos de Iberoamérica. *Revista Latinoamericana de Comunicación N.º*, 147, 33–46. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/73980/1/La%20vida%20conectiva.pdf>
- Trillos, J. J., y Soto, J. (2018). The power of the massive traditional means and the digital platforms in the political activism/El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político. *Revista encuentros*, 16(02), 62–78. <https://doi.org/10.15665/encuent.v16i02.1440>
- Weismueller, J., Harrigan, P., Coussement, K., y Tessitore, T. (2022). What makes people share political content on social media? The role of emotion, authority and ideology. *Computers in Human Behavior*, 129, 107150. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2021.107150>
- Zhang, X., y Ghorbani, A. A. (2020). An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing & Management*, 57(2), 102025. <https://doi.org/10.1016/J.IPM.2019.03.004>

