Revista Perspectivas Sociales y Administrativas

https://perspectivas.esprint.tech
Vol. 4 N° 1, enero-junio 2026 (265-281)

ISSN: 3028-8983

Artículo de revisión

Desinformación y sistemas de inteligencia artificial: nuevas dinámicas en la circulación de información digital en la sociedad contemporánea

Disinformation and artificial intelligence systems: new dynamics in the circulation of digital information in contemporary society

Mónica Elena Cárdenas Vela*
Universidad Estatal Amazónica
Puyo - Ecuador
me.cardenasv@uea.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-4508-4477

Yetel Ricaño Noguera
Universidad Estatal Amazónica
Puyo - Ecuador
y.ricanon@uea.edu.ec
https://orcid.org/0009-0002-7349-127X

Sandra-María Cárdenas-Vela
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
Quito - Ecuador
scardenasvela@hotmail.com
https://orcid.org/0000-0002-7976-9925

Gustavo David Cárdenas Vela
Universidad Andina Simón Bolívar
Quito - Ecuador
Universidad de las Américas
Quito - Ecuador
gcardenas@auditecuador.com
https://orcid.org/0009-0008-8544-1230

***Correspondencia:**
me.cardenasv@uea.edu.ec

Cómo citar este artículo:
Cárdenas, V., Ricaño, Y., Cárdenas-Vela, S., & Cárdenas, G. (2026). Desinformación y sistemas de inteligencia artificial: nuevas dinámicas en la circulación de información digital en la sociedad contemporánea. *Perspectivas Sociales y Administrativas, 4*(1), 265-281. https://doi.org/10.61347/psa.v4i1.145

Recibido: *26 de febrero de 2026*
Proceso de evaluación:
27 de febrero al 30 de marzo de 2026
Aceptado: *1 de abril de 2026*
Publicado: *10 de abril de 2026*

Copyright: Derechos de autor 2026 Mónica Elena Cárdenas Vela, Yetel Ricaño Noguera, Sandra-María Cárdenas-Vela, Gustavo David Cárdenas Vela.

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

Resumen: Las tecnologías digitales, junto con el desarrollo de la inteligencia artificial, han modificado las formas de comunicación al facilitar la creación, edición y difusión de contenidos a gran escala y en tiempos reducidos; estas transformaciones han incidido en la circulación de la información, permitiendo que la desinformación se distribuya con mayor rapidez, adopte diversos formatos y se articule con dinámicas propias de los entornos digitales, como la interacción, la segmentación de audiencias y la viralización. En este marco, el objetivo del estudio fue identificar las nuevas dinámicas de la desinformación mediadas por la inteligencia artificial, así como caracterizar sus principales manifestaciones y analizar las estrategias orientadas a su detección y mitigación. Para ello, se empleó una metodología de revisión de literatura, basada en la recopilación, análisis, clasificación y síntesis de información proveniente principalmente de fuentes académicas especializadas. Entre los principales resultados, se identificaron distintas tipologías de desinformación, la presencia de procesos de hibridación entre contenido humano y automatizado, y el papel de los formatos digitales y las dinámicas de interacción en su difusión; además, se sistematizaron diversas estrategias orientadas a la detección y mitigación de este fenómeno, incluyendo herramientas de verificación, criterios de análisis de contenidos y propuestas relacionadas con el uso responsable de la información en el entorno digital. Los hallazgos permitieron comprender la desinformación como un fenómeno dinámico, complejo y multifactorial dentro del ecosistema digital, cuya caracterización requiere un enfoque integral que articule sus distintas dimensiones, aportando una base analítica para futuras investigaciones en el campo de la comunicación digital.

Palabras clave: Comunicación, IA, manipulación informativa, medios digitales, noticias falsas.

Abstract: *Digital technologies, together with the development of artificial intelligence, have transformed communication processes by facilitating the creation, editing, and dissemination of content on a large scale and within shorter timeframes; these transformations have influenced the circulation of information, allowing misinformation to spread more rapidly, adopt diverse formats, and integrate with dynamics inherent to digital environments, such as interaction, audience segmentation, and virality. Within this context, the objective of the study was to identify the new dynamics of misinformation mediated by artificial intelligence, as well as to characterize its main manifestations and analyze strategies aimed at its detection and mitigation. To achieve this, a literature review methodology was employed, based on the collection, analysis, classification, and synthesis of information primarily from specialized academic sources. Among the main findings, different types of misinformation were identified, along with the presence of hybridization processes between human-generated and automated content, and the role of digital formats and interaction dynamics in its dissemination; additionally, various strategies aimed at detecting and mitigating this phenomenon were systematized, including verification tools, content analysis criteria, and proposals related to the responsible use of information in digital environments. The findings made it possible to understand misinformation as a dynamic, complex, and multifactorial phenomenon within the digital ecosystem, whose characterization requires a comprehensive approach that integrates its different dimensions, providing an analytical foundation for future research in the field of digital communication.*

Keywords*: AI, communication, digital media, fake news, information manipulation.*

1. Introducción

En la actualidad, la desinformación se presenta como uno de los principales desafíos comunicacionales para las sociedades democráticas, debido a sus efectos en la convivencia y la estabilidad social. Este fenómeno, estrechamente vinculado con la polarización, genera dinámicas en las que el conflicto entre grupos se intensifica y se favorece la difusión de información sesgada. A su vez, las redes sociales, mediante algoritmos basados en inteligencia artificial, amplifican estos procesos al priorizar contenidos polarizantes y reforzar cámaras de eco. En este contexto, la desinformación ha adquirido un papel central en el debate global, siendo identificada por el Foro Económico Mundial como uno de los riesgos más relevantes en el corto y mediano plazo (García & Teruel, 2026).

Este fenómeno comunicativo se manifiesta de formas diversas y difíciles de detectar, articulándose a través de narrativas amplias que combinan contenidos verdaderos y falsos para construir relatos verosímiles. Su carácter flexible le permite adaptarse a distintos contextos y temas de relevancia social, con el objetivo de generar confusión, desconfianza y división, más que de imponer creencias concretas. Dicha dinámica responde a una lógica compleja y multifactorial, influida por factores tecnológicos, sociales y económicos, en la que intervienen estrategias como la apelación emocional, la simplificación de los hechos, la repetición y el uso de inteligencia artificial (Arteaga et al., 2023).

La desinformación persigue diversos objetivos, que se orientan a la manipulación, la obtención de beneficios económicos y la generación de confusión o inestabilidad social. Sus efectos impactan múltiples ámbitos de interés público, ya que puede influir en la toma de decisiones tanto individuales como institucionales en áreas sensibles como la salud, la economía o el entorno social. Aunque tradicionalmente se asociaba al ámbito político o bélico, en la actualidad se extiende a otros espacios, incluyendo el mediático y el empresarial, donde también se utiliza para proteger intereses particulares y moldear la opinión pública (Astudillo, 2024). En este escenario, las plataformas y herramientas digitales han transformado las formas y mecanismos de circulación de la información, facilitando su producción y difusión masiva, lo que incrementa la incertidumbre sobre su veracidad y reconfigura el papel de los actores tradicionales en la construcción de la realidad pública.

Una de las herramientas digitales que ha cobrado mayor relevancia en este contexto es la inteligencia artificial (IA), entendida como la capacidad de los sistemas computacionales para ejecutar tareas, tomar decisiones y mejorar su desempeño a partir de algoritmos diseñados con objetivos específicos, con distintos niveles de autonomía respecto a la intervención humana. En el contexto actual de transformación digital, su desarrollo ha favorecido la automatización de múltiples procesos, consolidándose como un componente central en diversos ámbitos tecnológicos. La IA se manifiesta en aplicaciones de uso cotidiano como redes sociales, motores de búsqueda, asistentes virtuales y sistemas de recomendación, así como en áreas más complejas como el análisis de grandes volúmenes de datos, la optimización de procesos, la atención automatizada y la toma de decisiones en distintos sectores (Arreola, 2024).

Linares (2024) manifiesta que la desinformación generada por la inteligencia artificial (IA) representa una creciente amenaza global para la seguridad y defensa nacional, al permitir la creación de contenido falso, pero altamente convincente, como deepfakes y noticias falsas. Estas herramientas sofisticadas facilitan la manipulación de la opinión pública, la desestabilización de gobiernos y la erosión de la confianza en las instituciones democráticas, complicando los esfuerzos de ciberdefensa y planteando serios riesgos para la integridad social en la era digital. Para mitigar estos peligros, se han creado estrategias que incluyen la implementación de marcos normativos, la inversión en tecnologías avanzadas de detección y neutralización, el fomento de la cooperación internacional y el desarrollo del pensamiento crítico en los ciudadanos.

En Ecuador, la desinformación, potenciada por la inteligencia artificial, ha tenido un impacto significativo en diversos ámbitos, uno de ellos son los procesos electorales, como se observó en las elecciones de 2023 y 2025. Herramientas de IA han sido empleadas para generar imágenes sintéticas hiperrealistas de candidatos en situaciones comprometedoras, así como audios (discursos) falsos mediante clonación de voz, que se viralizaron en plataformas como WhatsApp, X (Twitter) y TikTok (Vélez, 2026). Esta proliferación de deepfakes, bots y contenido manipulado distorsiona la realidad y socava la confianza del electorado en la autenticidad de la información, además que también amenaza la integridad de los procesos democráticos y la libertad de expresión.

Desde una perspectiva teórica, estas transformaciones pueden comprenderse a partir de la teoría de la sociedad red de Manuel Castells, quien plantea que la comunicación contemporánea se desarrolla en estructuras digitales interconectadas, caracterizadas por la descentralización de los flujos informativos y por la creciente capacidad de circulación y amplificación de los mensajes en red (Castells, 2004). Este enfoque permite explicar por qué la desinformación encuentra condiciones favorables para expandirse en plataformas digitales, donde la conectividad permanente, la velocidad de difusión y la reducción de intermediaciones tradicionales potencian su alcance. De manera complementaria, la noción de convergencia cultural de Henry Jenkins sostiene que los contenidos circulan entre múltiples medios y que los usuarios dejan de ser receptores pasivos para participar activamente en la difusión, reinterpretación y expansión de los mensajes (Jenkins, 2006). En conjunto, ambas perspectivas resultan pertinentes para analizar la desinformación mediada por inteligencia artificial como un fenómeno que articula conectividad en red, participación de audiencias y nuevas formas de mediación tecnológica.

Desde la literatura reciente, la desinformación es abordada como un desafío crítico en los entornos digitales contemporáneos, lo que evidencia la necesidad de desarrollar enfoques más sólidos para su comprensión y abordaje. Estas formas avanzadas de manipulación, impulsadas por la inteligencia artificial, complejizan la identificación de contenidos engañosos; sin embargo, las mismas tecnologías también ofrecen herramientas para su detección y mitigación, configurando un escenario en el que la IA actúa tanto como factor de riesgo como recurso para enfrentar este fenómeno (Alcaide-Pulido, 2023).

En este contexto, resulta necesario fortalecer las capacidades de análisis, verificación y evaluación de la información, así como comprender las dinámicas de funcionamiento de la inteligencia artificial y su impacto en la comunicación, especialmente frente a técnicas cada vez más sofisticadas. A partir de esta problemática, el presente estudio tiene como objetivo identificar las nuevas dinámicas en torno a la desinformación y el uso de la inteligencia artificial; además, busca reconocer las características de la desinformación digital y analizar estrategias orientadas a su detección y control en el ecosistema informativo actual.

2. Metodología

La presente investigación se desarrolló a partir de una revisión de literatura de carácter cualitativo, con alcance descriptivo y enfoque exploratorio, orientada a identificar y analizar los principales aportes teóricos y conceptuales sobre la desinformación en entornos digitales y su relación con la inteligencia artificial.

La revisión de literatura se concibió como un método de investigación que permite identificar, analizar y sintetizar el conocimiento existente sobre un tema específico, con el fin de ofrecer una visión estructurada y crítica del estado del arte. De acuerdo con autores como Hernández et al. (2020), este

tipo de enfoque facilita la integración de hallazgos provenientes de diversas fuentes, lo que permite reconocer tendencias, vacíos de investigación y marcos teóricos relevantes. Su principal objetivo consistió en organizar y sistematizar la información disponible para fundamentar el análisis, evitando la duplicación de estudios y contribuyendo a una comprensión más profunda y contextualizada del fenómeno investigado.

Dado el carácter descriptivo y exploratorio de la revisión, se realizó una búsqueda acotada exclusivamente en Google Académico, por tratarse de una herramienta de amplio acceso que permite localizar producción científica relevante sobre la temática. Para la recuperación de documentos se emplearon palabras clave en español e inglés relacionadas con el objeto de estudio, tales como: desinformación, inteligencia artificial, *fake news*, *misinformation*, *disinformation*, redes sociales y ecosistema digital. Como criterios de selección, se priorizaron publicaciones con relación directa con la desinformación digital y la inteligencia artificial, acceso a texto completo y aporte conceptual o analítico al objetivo del estudio. Se excluyeron documentos duplicados, textos sin pertinencia temática suficiente y materiales cuya información resultaba redundante para la construcción de las categorías de análisis. Este procedimiento permitió delimitar un corpus documental acotado, pero coherente con el carácter descriptivo y exploratorio de la investigación.

Una vez seleccionado el corpus documental, se llevó a cabo un proceso de lectura comprensiva, clasificación temática y síntesis cualitativa, con el propósito de identificar categorías recurrentes, características del fenómeno y principales estrategias señaladas en la literatura para su detección y abordaje.

Las categorías de análisis se construyeron a partir de recurrencias temáticas identificadas en la literatura revisada, relacionadas con las características de la desinformación, sus nuevas dinámicas mediadas por IA y las estrategias propuestas para su detección y mitigación.

3. Desarrollo

La desinformación trasciende la noción simplificada de noticias falsas, ya que constituye un fenómeno complejo en el que intervienen múltiples actores y prácticas, como los medios de comunicación, la circulación de bulos, la manipulación informativa y la propaganda, con el objetivo de influir en las percepciones y comportamientos de la ciudadanía (López et al., 2023).

En los entornos digitales, estas dinámicas se intensifican debido a la rapidez de difusión de los contenidos y al papel de los algoritmos, que potencian su alcance y segmentación. En este contexto, Wardle y Derakhshan (2017) proponen una tipología que permite diferenciar los tipos de desinformación según su naturaleza e intencionalidad, estableciendo las categorías de misinformation, disinformation y malinformation. En la figura 1 se presenta un diagrama que sintetiza estos conceptos, facilitando su comprensión dentro del ecosistema informativo actual.

La *misinformation*, o en español conocida como información errónea, se refiere a información incorrecta, inexacta o engañosa que se difunde sin intención deliberada de causar daño. Generalmente, se asocia a errores, malinterpretaciones o falta de conocimiento sobre un tema, por lo que suele considerarse menos perjudicial que otras formas de desinformación (Estrada-Cuzcano et al., 2020). Sin embargo, su circulación puede contribuir a la confusión y a la propagación de ideas erróneas, especialmente en entornos donde la verificación de la información es limitada. Un ejemplo de *misinformation* se observa en la difusión de afirmaciones en redes sociales sobre la supuesta efectividad de ciertos productos frente a enfermedades, basadas en información parcialmente correcta pero mal interpretada. En muchos casos, estos mensajes se comparten como verdaderos sin intención de engañar, debido a la confusión entre evidencias científicas previas y nuevos contextos (Baines & Elliott, 2020).

https://perspectivas.esprint.tech
Vol. 4 N° 1, enero-junio 2026 (265-281)
ISSN: 3028-8983

Figura 1

Tipología de la desinformación



La *disinformation*, o en español desinformación, se caracteriza por su intencionalidad, ya que implica la manipulación deliberada de hechos para presentarlos como verídicos y generar engaño. Este tipo de contenido suele manifestarse como un conjunto organizado de prácticas, como la propaganda o las narrativas estratégicas, que buscan influir en las creencias de las audiencias. Desde una perspectiva comunicativa, la desinformación introduce "ruido" en los mensajes, alterando o reduciendo la calidad de la información y dificultando su interpretación. Un rasgo distintivo es que no ocurre de manera accidental, sino que responde a una intención de inducir al error, lo que la convierte en un fenómeno particularmente problemático en entornos informativos complejos. Prácticas como el *clickbait*, en las que los titulares son deliberadamente engañosos o distorsionan el contenido, constituyen un ejemplo de desinformación (Alonso, 2022).

La *malinformation*, o información maliciosa, se refiere a información verídica que es utilizada de manera intencional para causar daño, manipular percepciones o afectar la reputación de personas, grupos o instituciones. A diferencia de otras formas de desinformación, no implica la creación de contenido falso, sino la difusión de datos reales fuera de contexto o su uso estratégico con fines perjudiciales (Santos-d'Amorim & Fernandes de Oliveira, 2021).

Características de la desinformación en redes digitales

A partir de la revisión de la literatura, se identificaron diversas características que influyen en el comportamiento y la propagación de la desinformación en el entorno digital. Estas particularidades permiten comprender cómo se produce, circula y se adapta este fenómeno en las redes sociales.

Las categorías presentadas no deben entenderse como exhaustivas, sino como regularidades identificadas en la literatura revisada. Su organización responde a una finalidad analítica: mostrar los principales factores que intervienen en la producción, circulación y aceptación de la desinformación.

Tabla 1

Principales características de la desinformación

Categorías	Características	Efecto
Plataformas	Redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok y X	Viralización, mayor alcance, algoritmos de recomendación.
Población	Adultos mayores, adolescentes y personas con bajo nivel educativo	Mayor probabilidad de creer, compartir o difundir contenidos falsos.
Temas	Crisis, política, conflictos, salud, ambiente.	Captan la atención y generan polarización.
Emociones	Miedo, enojo, empatía	Impulsan la difusión.
Rasgos discursivos	Lenguaje alarmista, amarillista, simplificación	Atraen la atención, facilitan la comprensión rápida.
Formatos	Imágenes, videos, memes	Aumentan atractivo y son de fácil consumo.
Interacción	Compartidos, comentarios	Amplifican alcance
Credibilidad aparente	Logos, cifras, "fuentes"	Generan confianza
Recontextualización	Datos o imágenes fuera de contexto	Dificultan verificación

Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y X (antes Twitter) se han consolidado como espacios donde la interacción social, la publicidad y la desinformación se entrelazan (J. García, 2025). Estas plataformas concentran una alta circulación de contenidos no verificados, lo que contribuye a la propagación de información engañosa (Reyes, 2025). Esto se explica por su gran número de usuarios, la naturaleza de sus formatos y los sistemas algorítmicos que priorizan la interacción y la viralidad.

Según la literatura analizada, la desinformación afecta con mayor frecuencia a ciertos grupos poblacionales, como adultos mayores, adolescentes y personas con bajo nivel educativo. Esta vulnerabilidad se relaciona con limitaciones en la alfabetización digital y en la capacidad de verificación de la información (Vivion et al., 2024; Rubio, 2021; Benkler et al., 2018).

La desinformación en redes sociales**, especialmente aquella amplificada por la inteligencia artificial,** suele concentrarse en temas de alta sensibilidad social, como la política, los conflictos y la salud (Busón et al., 2025). Estos contenidos apelan a emociones intensas, lo que incrementa su difusión y refuerza la polarización (Espinoza-Portilla et al., 2020).

En cuanto a las emociones, diversos estudios evidencian que predominan aquellas de carácter negativo, como el miedo y la ira, las cuales favorecen la viralización de los contenidos (Gamir-Ríos et al., 2022). Asimismo, la empatía puede ser utilizada estratégicamente para incentivar la difusión sin verificación previa.

Los rasgos discursivos de la desinformación se caracterizan por el uso de lenguaje alarmista, sensacionalista y simplificado, orientado a captar la atención (Quintero, 2025). Estas estrategias dificultan la evaluación crítica de la información por parte de los usuarios.

En el entorno digital, los formatos visuales y las dinámicas de interacción desempeñan un papel clave en la difusión de la desinformación, ya que incrementan su atractivo y facilitan su propagación (Rinehart, 2017; Vosoughi et al., 2018; del Vicario et al., 2016).

Nuevas dinámicas de desinformación en la era de la IA

Si bien la desinformación ha estado presente en distintos momentos y contextos mediáticos, la IA introduce condiciones específicas que reconfiguran su alcance, sofisticación y capacidad de adaptación. En este escenario, la automatización, la generación de contenido sintético, la personalización algorítmica y la aceleración de la circulación informativa no constituyen únicamente extensiones técnicas del problema, sino transformaciones que modifican su funcionamiento dentro del ecosistema digital contemporáneo.

Automatización de la producción de contenidos

En los entornos digitales, la automatización como el uso de bots y otras técnicas avanzadas de inteligencia artificial se emplean para influir en la formación de opiniones y en la circulación de contenidos. Estas herramientas pueden simular comportamientos humanos y operar de manera coordinada para amplificar determinados mensajes, generando tendencias o corrientes de opinión que parecen orgánicas (López et al., 2023). Esto propicia un impacto mediático relevante, especialmente cuando se combinan con sistemas algorítmicos de recomendación que incrementan la visibilidad de ciertos contenidos y favorecen su rápida propagación en distintos contextos comunicativos.

Estos sistemas automatizados, superan la capacidad de moderación humana, facilitando la propagación rápida de desinformación. Debido a que pueden gestionar publicaciones, interactuar con usuarios y amplificar mensajes de forma continua, lo que incrementa su alcance en distintos entornos digitales. Además, ciertas características de las plataformas, como el anonimato o la dificultad para rastrear el origen de los contenidos, favorecen la circulación de información engañosa y dificultan la identificación de las fuentes (Yilmaz, 2025).

Sofisticación y realismo del contenido

En la actualidad, los sistemas de IA generativa permiten crear imágenes con un alto grado de realismo que, en muchos casos, pueden confundirse con registros auténticos, lo que incrementa su capacidad de persuasión y dificulta su identificación como contenido sintético. El Salous et al. (2026) manifiestan que el nivel de sofisticación alcanzado por estos contenidos puede sobrepasar las capacidades de discernimiento humano, favoreciendo su aceptación y circulación en condiciones similares a las de información considerada verídica.

Como señala Limia (2025) en su análisis sobre las imágenes falsas del conflicto en Gaza, estas tecnologías actúan como catalizadores en la intensificación de narrativas emocionales, al generar representaciones visuales que apelan directamente a la empatía y al impacto afectivo. Las imágenes se producen mediante modelos de texto a imagen como Midjourney, DALL·E, Stable Diffusion y Leonardo AI, cada vez más accesibles, capaces de crear escenas altamente realistas a partir de indicaciones simples.

Este realismo se refuerza mediante recursos estéticos como el uso de luz y sombra, composiciones dramáticas y tratamientos de color asociados a emociones intensas, junto con elementos narrativos como textos, emojis o música que potencian su circulación. El nivel de detalle en texturas, expresiones o contextos dificulta su identificación incluso por observadores experimentados. Además, la incorporación de símbolos o escenarios verosímiles y la posible eliminación de advertencias en las plataformas favorecen su difusión como representaciones plausibles de la realidad.

Escalabilidad y velocidad de difusión

En el ecosistema digital actual, la información circula bajo lógicas de explotación de datos donde las interacciones, emociones y comportamientos de los usuarios se convierten en insumos que alimentan sistemas algorítmicos orientados a maximizar la viralidad. Este entorno favorece la rápida expansión de contenidos, especialmente aquellos que apelan a lo emocional o conflictivo, lo que potencia la difusión de desinformación a gran escala. A su vez, la aceleración en la producción y circulación de mensajes intensificada por la inteligencia artificial, reduce los márgenes para la reflexión crítica, promoviendo respuestas inmediatas y amplificando dinámicas de polarización (Rêgo & Carvalho, 2025). Como resultado, se configura un espacio digital donde la velocidad y el alcance de la información superan la capacidad de verificación, debilitando la cohesión social y tensionando los procesos de construcción colectiva de la realidad.

Personalización de la desinformación

En el entorno digital, las redes sociales han transformado la circulación de la información mediante sistemas de segmentación como el *microtargeting* y la publicidad programática, que permiten adaptar los contenidos a perfiles específicos. Esta personalización favorece la difusión de desinformación al potenciar mensajes sensacionalistas, *clickbait* o basados en contenidos engañosos, diseñados para maximizar la interacción. La combinación de algoritmos y estrategias publicitarias intensifica la polarización y debilita la confianza en las instituciones, lo que plantea la necesidad de fortalecer la alfabetización mediática y repensar los marcos regulatorios frente a estas dinámicas (J. García, 2025).

La personalización de la información en entornos digitales puede favorecer la segmentación de audiencias y la formación de comunidades altamente cohesionadas que comparten contenidos afines, incluyendo discursos de odio dirigidos a determinados grupos. Estas dinámicas tienden a concentrar la difusión en redes densas con actores clave que amplifican los mensajes, mientras que las contranarrativas, aunque con mayor potencial de alcance diverso, suelen presentar menor cohesión. Este proceso contribuye a reforzar la polarización, ya que limita la interacción entre comunidades y reduce la exposición a perspectivas distintas (L. García & Teruel, 2026). Además "la personalización extrema corre el riesgo de restringir la exposición a una variedad de perspectivas, encerrando a los usuarios en burbujas informativas que refuerzan" (Calaforra, 2024, p. 15).

Impacto económico y modelos de negocio

La inteligencia artificial está transformando el modelo económico del periodismo y la producción informativa, al permitir una mayor automatización y eficiencia en la generación de contenidos, lo que amplía el alcance y las posibilidades de monetización (Calaforra, 2024). La lógica económica de la información está cada vez más orientada a la maximización de ingresos, lo que lleva a muchos medios y plataformas a priorizar contenidos que generan mayor tráfico e interacción. En este contexto, la rapidez, la viralidad y el carácter sensacionalista se imponen sobre la verificación y la calidad informativa, ya que resultan más rentables. Como consecuencia, se favorece la producción y difusión

de contenidos llamativos o polémicos, aunque sean poco rigurosos, lo que debilita la credibilidad de la información y refuerza la circulación de desinformación.

Hibridación entre contenido humano y automatizado

La inteligencia artificial también ha creado en la comunicación en un ecosistema híbrido donde los algoritmos actúan como coautores, mediadores y reguladores del sentido (Estrada et al., 2026). Esto implica que la IA no solo genera contenidos de forma autónoma, sino que también interviene en procesos de corrección, edición, traducción y optimización de textos, apoyando y ampliando la producción humana. De este modo, la hibridación entre contenido humano y automatizado redefine las prácticas comunicativas, combinando la creatividad y el juicio humano con la capacidad técnica y predictiva de los sistemas inteligentes. Sin embargo, este proceso también desplaza la mediación profesional hacia una lógica basada en datos, automatización y aprendizaje continuo, lo que transforma la manera en que se produce, circula y legitima la información.

Transformación de la confianza en la información

La desinformación incide en la transformación de la confianza en la información al operar como un mecanismo de desestabilización basado en la difusión de contenidos engañosos que resultan difíciles de verificar. A través de mensajes diseñados para parecer verídicos, se busca inducir al error, cuestionar la credibilidad de actores, instituciones o discursos oficiales y reforzar narrativas que favorecen determinados intereses. Este proceso genera incertidumbre y debilita los referentes tradicionales de confianza, configurando un entorno en el que la validez de la información es constantemente puesta en duda y donde la percepción de verdad se vuelve más vulnerable a la manipulación. Esta dinámica se ha evidenciado en contextos como la difusión de información manipulada en conflictos geopolíticos o en el uso estratégico de contenidos engañosos en procesos electorales (Arreola, 2024).

Fatiga informativa y ansiedad digital

En el entorno digital actual, la sobreexposición a grandes volúmenes de información, intensificada por la hiperconectividad y la inteligencia artificial, genera saturación cognitiva y reduce la capacidad de análisis crítico. La constante presión por atender notificaciones y mantenerse actualizado favorece estados de ansiedad, asociados al temor de perder información relevante, lo que impulsa un consumo rápido y poco reflexivo de contenidos. Esta combinación de fatiga informativa y ansiedad digital conduce a una preferencia por mensajes breves, emocionales y de fácil consumo, incrementando la vulnerabilidad de los usuarios frente a la desinformación y debilitando tanto el juicio individual como la calidad del ecosistema informativo (Reyes, 2025).

Estrategias para detectar y combatir la desinformación

A partir de la revisión de la literatura, se identifican diversas estrategias orientadas a la detección y mitigación de la desinformación en entornos digitales, las cuales abordan el fenómeno desde enfoques tecnológicos, educativos, institucionales y comunicativos. Estas propuestas responden a la complejidad del ecosistema informativo actual y a la necesidad de intervenir tanto en la producción como en la circulación de contenidos engañosos. En este sentido, en la tabla 2 se presenta una síntesis de las principales estrategias identificadas.

Tabla 2

Enfoques y estrategias para la mitigación de la desinformación digital

Estrategia	Descripción
Alfabetización mediática e informacional	Una de las estrategias principales es el desarrollo de acciones de alfabetización mediática e informacional. Esto implica capacitar a las personas en el uso responsable y consciente de la información, promoviendo habilidades para identificar fuentes confiables, comprender los procesos de producción y circulación de contenidos, y reconocer formatos engañosos como titulares sensacionalistas o contenidos manipulados (Passalacqua et al., 2025). Además, resulta importante fomentar prácticas como la verificación colaborativa, el contraste de información y la comprensión del funcionamiento de los entornos digitales y sus lógicas de difusión. Este enfoque debe ser integrado y puesto en práctica mediante métodos, procesos de enseñanza y desarrollo de competencias en entornos personales, educativos, profesionales y sociales (Rodríguez et al., 2025).
Fomento del pensamiento crítico	Promover desde las instituciones educativas el desarrollo de habilidades que permitan a los estudiantes analizar, cuestionar y evaluar la información de manera autónoma (A. Pérez, 2025). Esto implica incentivar la verificación de fuentes, la identificación de sesgos y la comprensión del contexto en el que circulan los contenidos. De este modo, se fortalece la capacidad de los individuos para reconocer información engañosa y reducir su vulnerabilidad frente a la desinformación.
Verificación de Contenidos (Fact-checking)	Fortalecer los procesos de verificación en medios y entornos digitales mediante herramientas tecnológicas y metodologías claras que permitan evaluar la procedencia, el contexto y la veracidad de la información (Míguez-Gonzáles, 2023). Desarrollando guías y pautas prácticas, basadas en pasos simples y accesibles, que faciliten su uso por parte de la ciudadanía y aumenten su adopción. Esto, junto con la participación de los usuarios y la optimización de las prácticas de los verificadores, contribuye a mejorar el alcance, la comprensión y la efectividad de los desmentidos frente a la desinformación.
Concienciación sobre la problemática	Promover la toma de conciencia en la ciudadanía sobre los riesgos asociados al consumo y la difusión de información no verificada (Climent, 2022). Esto implica que las personas comprendan que compartir contenidos sin fundamento puede generar confusión, desinformación generalizada, polarización social, afectaciones en la toma de decisiones y pérdida de confianza en instituciones, medios y fuentes oficiales. Comprender que estas consecuencias pueden impactar a nivel individual y también en la convivencia social y en la calidad del debate público. Reconocer estos efectos permite fomentar una actitud más crítica y responsable frente a la información, así como impulsar acciones orientadas a prevenir y reducir la propagación de contenidos engañosos.
Revisar algoritmos y políticas de plataformas	Fortalecer la revisión y ajuste de los algoritmos y políticas de moderación en las plataformas digitales, con el fin de reducir la visibilidad y propagación de contenidos falsos o engañosos (Yilmaz, 2025). Esto implica priorizar la calidad informativa sobre la interacción, mejorar los sistemas de detección y control de desinformación, así como establecer normas más claras y transparentes que limiten su difusión y promuevan entornos digitales más confiables
Cooperación institucional y legal	Impulsar una mayor articulación entre actores públicos y privados para abordar la desinformación de manera integral. Esto supone el desarrollo de marcos normativos y políticas públicas que regulen el ecosistema informativo, en coordinación con las plataformas digitales (Passalacqua et al., 2025). Esto con el objetivo de avanzar hacia consensos efectivos que armonicen las regulaciones tecnológicas con las disposiciones legales, garantizando transparencia, responsabilidad en la gestión de contenidos y mecanismos adecuados para limitar la difusión de información engañosa sin comprometer derechos fundamentales.

Uso de Tecnología (Big Data e IA)	La IA puede convertirse en una aliada fundamental si se orienta hacia fines éticos, permitiendo fortalecer los mecanismos de control, mejorar la calidad informativa y apoyar el trabajo de verificadores e investigadores. Aprovechar el potencial de tecnologías como el Big Data y la inteligencia artificial para detectar, analizar y reducir la desinformación en entornos digitales. Esto implica el desarrollo de sistemas automatizados capaces de identificar contenidos engañosos tanto textuales como multimedia, así como la eliminación de cuentas falsas y la moderación de información maliciosa a gran escala (Herrero et al., 2025; Moreno et al., 2024).

4. Discusión

La desinformación se consolida como un fenómeno comunicacional de alta incidencia social, cuyos efectos pueden distorsionar la realidad, influir en la opinión pública y afectar con mayor intensidad a grupos vulnerables (Rodríguez et al., 2025). Los hallazgos de la revisión permiten sostener que la inteligencia artificial no solo amplifica la desinformación existente, sino que reconfigura sus condiciones de producción y circulación en espacios digitales. Este comportamiento resulta consistente con una lógica de comunicación en red, caracterizada por la rápida difusión de mensajes en estructuras interconectadas (Castells, 2004), así como con dinámicas participativas en las que las audiencias intervienen en la expansión y resignificación de contenidos a través de múltiples plataformas (Jenkins, 2006).

En esta misma línea, la IA ha transformado el ecosistema informativo al facilitar la producción y circulación masiva de contenidos, lo que pone en evidencia la fragilidad de la confianza pública. Como advierte Pérez (2025), estas dinámicas intensifican la polarización y debilitan el debate público, configurando un entorno donde la información circula de manera acelerada y, en muchos casos, sin los filtros necesarios. Esto plantea la necesidad de reforzar la alfabetización mediática y orientar el uso de estas tecnologías bajo criterios éticos y críticos.

A su vez, este fenómeno presenta implicaciones económicas y sociales diferenciadas según los actores involucrados. Para los consumidores, la exposición a contenidos engañosos puede generar confusión, afectar la toma de decisiones y erosionar la confianza en instituciones y fuentes informativas. En contraste, para ciertos individuos, medios digitales o plataformas, la desinformación puede convertirse en una fuente de beneficios económicos, especialmente a través de modelos basados en la monetización de la atención y la viralización. En la actualidad, una parte considerable de las noticias amarillistas y contenidos engañosos proviene de sitios digitales orientados a maximizar el tráfico y los ingresos. En este sentido, Ballesteros-Aguayo & Ruiz (2024) señalan que el uso generalizado de imágenes falsificadas incrementa los riesgos para la credibilidad institucional y plantea desafíos económicos y creativos, mientras que el volumen y la velocidad de circulación de estos contenidos en plataformas digitales se traducen en importantes ganancias. Esta situación evidencia cómo la desinformación opera simultáneamente como un problema social y como un mecanismo rentable dentro del ecosistema digital.

Dentro de este escenario, el papel de las personas adquiere una relevancia central, ya que la difusión de la desinformación depende en gran medida de las decisiones individuales de consumir, creer y compartir contenidos. El desarrollo del pensamiento crítico y el uso responsable de la información se posicionan como elementos clave para limitar su expansión. Como sostienen Moreno et al. (2024), las noticias falsas no se propagan por sí solas, sino que requieren de la acción de los usuarios, lo que reafirma el carácter determinante del factor humano. En cuanto a la inteligencia artificial, su impacto no radica exclusivamente en la tecnología en sí, sino en los fines para los que se emplea, pudiendo ser utilizada tanto para amplificar la desinformación como para detectarla y combatirla. Esto refuerza la

importancia de orientar su uso de manera ética y de aprovechar su capacidad para el análisis de datos en la mitigación de este fenómeno.

Frente a estas dinámicas, se hace necesario impulsar la creación y fortalecimiento de estrategias, políticas y mecanismos orientados a la detección y mitigación de la desinformación. La creciente sofisticación de los contenidos generados con apoyo de inteligencia artificial dificulta su identificación, ya que tienden a ser percibidos como más veraces, precisos y claros que la información auténtica. En este sentido, García-Marín et al. (2025) destacan que noticias, videos e imágenes producidos en estos entornos logran mayores niveles de credibilidad en los usuarios, lo que incrementa su capacidad de influencia. Ante esta realidad, resulta clave promover acciones que fortalezcan la verificación de la información y el desarrollo de competencias críticas en la ciudadanía, en un entorno comunicativo cada vez más complejo y persuasivo.

Limitaciones del estudio

El estudio, al basarse en una revisión de literatura, constituye una aproximación parcial al fenómeno de la desinformación y su relación con la inteligencia artificial, por lo que no debe considerarse como una representación exhaustiva de la totalidad de investigaciones existentes a nivel global. La selección de fuentes, centrada principalmente en bases de datos académicas específicas, puede haber dejado fuera otros aportes relevantes, especialmente aquellos de carácter emergente o publicados en contextos no indexados. Además, al tratarse de un análisis documental, no se incorporan datos empíricos propios, lo que limita la posibilidad de contrastar directamente las dinámicas identificadas en contextos reales o medir su impacto en audiencias específicas.

Líneas de investigación futura

A partir de los hallazgos obtenidos, se abre la posibilidad de desarrollar estudios aplicados que utilicen las clasificaciones propuestas para analizar casos concretos de desinformación en distintos contextos digitales. En particular, futuras investigaciones podrían centrarse en evaluar el impacto de las nuevas dinámicas identificadas como la automatización de contenidos o la amplificación algorítmica en la percepción, comportamiento y toma de decisiones de los usuarios. Del mismo modo, resulta pertinente profundizar en el análisis de la efectividad de las estrategias de detección y mitigación, así como en el papel de la inteligencia artificial como herramienta tanto de riesgo como de solución frente a la desinformación. Estas líneas permitirían avanzar hacia un entendimiento más integral y aplicado del fenómeno.

5. Conclusiones

El aporte del presente estudio radicó en la sistematización crítica de la literatura reciente sobre desinformación e inteligencia artificial en tres niveles complementarios: las categorías que caracterizan su circulación en redes digitales, las nuevas dinámicas introducidas por la IA y las estrategias propuestas para su detección y mitigación. Esta articulación no solo permite ofrecer una lectura integradora del fenómeno, sino que también contribuye a la construcción de un marco analítico útil para futuras investigaciones en comunicación digital.

A partir de la revisión de la literatura, se evidenció que la desinformación en entornos digitales ha evolucionado hacia formas más complejas, en las que convergen distintas tipologías, dinámicas y actores. La diferenciación entre *misinformation, disinformation y malinformation* permitió comprender que no todos los contenidos engañosos responden a las mismas intenciones ni generan los mismos

efectos, lo que resulta clave para su análisis y abordaje. En este sentido, dicha clasificación constituye un aporte conceptual relevante, al facilitar la identificación de las múltiples manifestaciones del fenómeno en el ecosistema informativo contemporáneo.

En relación con las nuevas dinámicas, se identificó que la inteligencia artificial desempeña un papel central en la transformación de la circulación de la información, al facilitar la creación, modificación y amplificación de contenidos a gran escala. La hibridación entre producción humana y automatizada, junto con la lógica algorítmica de las plataformas digitales, ha incrementado significativamente la velocidad, el alcance y la capacidad persuasiva de la desinformación. Asimismo, se constató que estas dinámicas, sumadas al uso de formatos visuales y estrategias narrativas altamente atractivas, configuran un entorno en el que los contenidos engañosos pueden resultar altamente creíbles y difíciles de detectar, lo que plantea desafíos sustantivos para la calidad del ecosistema informativo y la deliberación democrática.

En este contexto, las estrategias para detectar y combatir la desinformación adquieren un carácter prioritario y multidimensional. La literatura destaca la importancia de combinar enfoques tecnológicos, como el uso de herramientas de verificación automatizada, con acciones educativas orientadas al desarrollo del pensamiento crítico y la alfabetización mediática. Asimismo, se subraya la necesidad de fortalecer marcos regulatorios y políticas públicas coherentes con la complejidad del fenómeno, así como de fomentar la participación de la ciudadanía en la identificación de contenidos engañosos. En conjunto, estos elementos evidencian que la mitigación de la desinformación requiere un enfoque integral, colaborativo y adaptativo, capaz de responder a la evolución constante de las tecnologías digitales y sus implicaciones comunicacionales.

Referencias

Alcaide-Pulido, P. (2023). La lucha contra la desinformación en contextos locales. *Revista Multidisciplinar, 5*(2), 157–168. https://n9.cl/punjil

Alonso, M. de los Á. (2022). Malinformación, cuando la información se convierte en propaganda y en un bien de consumo. *Textual & Visual Media*, (16), 65–85. https://doi.org/10.56418/txt.16.2022.004

Arreola, A. (2024). Inteligencia artificial y desinformación: Papel en los conflictos del siglo XXI. *Revista Seguridad y Poder Terrestre, 3*(3). https://doi.org/10.56221/spt.v3i3.66

Arteaga, F., Arroyo, D., Badillo, Á., Cano, L., Cardenal, A., Carrillo, N., Corredoira, L., Ecker, U., García, D., González, S., Innerarity, D., Jiménez, C., Magallón, R., Majó-Vázquez, S., Rosso, P., Rubio, R., Salaverría, R., & Wagner, A. (2023). *Desinformación en la era digital: Una amenaza compleja para las democracias*. Oficina C. https://doi.org/10.57952/j3p6-9086

Astudillo, J. (2024). Desinformación: Aproximación conceptual, riesgos y remedios. *Derecho PUCP*, (93), 55–97. https://doi.org/10.18800/derechopucp.202402.002

Baines, D., & Elliott, R. (2020). Defining misinformation, disinformation and malinformation: An urgent need for clarity during the COVID-19 infodemic. *Discussion Papers*, Article 20-06. https://ideas.repec.org/p/bir/birmec/20-06.html

Ballesteros-Aguayo, L., & Ruiz, F. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: El deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información, 29*, 1–14. https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294

Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001

Busón, C., Moraes, J., & Garcia, L. (2025). IA y polarización emocional: Análisis de un vídeo viral como narrativa de desinformación política en Brasil. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (68), 16–36. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2025.i68.01

Calaforra, S. (2024). *La inteligencia artificial y la nueva frontera del periodismo: Generación automática de contenidos en medios digitales* [Tesis de pregrado, Universitat Oberta de Catalunya]. https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/151280/4/santicalaforraTFG0624memoria.pdf

Castells, M. (2004). Informationalism, networks, and the network society: A theoretical blueprint. En *The network society: A cross-cultural perspective*. https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/3203_1.html

Climent, J. (2022). *Educación en información y comunicación: Análisis y propuesta para capacitar el consumo responsable de la información* [Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València]. https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/6474ea3a41afc51bf0a7edfe

del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 113*(3), 554–559. https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113

el Salous, A., Naranjo, P., Collaguazo, M., & Rodríguez, J. (2026, enero 19*). Inteligencia artificial y desinformación: Un análisis de la percepción y credibilidad del contenido sintético en una universidad técnica del Ecuador*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. https://n9.cl/43x9y

Espinoza-Portilla, E., & Mazuelos-Cardoza, C. (2020). Desinformación sobre temas de salud en las redes sociales. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 31*(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2307-21132020000200002&lng=es

Estrada-Cuzcano, A., Alfaro-Mendives, K., & Saavedra-Vásquez, V. (2020). Disinformation y misinformation, posverdad y fake news: Precisiones conceptuales, diferencias, similitudes y yuxtaposiciones. *Información, Cultura y Sociedad*, (42), 93–106. https://doi.org/10.34096/ics.i42.7427

Gamir-Ríos, J., & Tarullo, R. (2022). Características de la desinformación en redes sociales: Estudio comparado de los engaños desmentidos en Argentina y España durante el 2020. *Contratexto*, (37), 203–228. https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5343

García, J. (2025). Social Media, Advertising, and Disinformation: A Transdisciplinary Analysis on Fake News and Its Advertising Use in Digital Consumer Culture. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, *17*(3), 103–115. https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5779

García, L., & Teruel, L. (2026). Desinformación y polarización en las sociedades contemporáneas. *Redes, 37*(2), 1–5. https://doi.org/10.5565/rev/redes.1192

García-Marín, D., Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2025). "Todo parece veraz": Credibilidad de la desinformación producida usando IA desde la perspectiva de los estudiantes de comunicación en España. *Revista de Comunicación, 24*(2), 183–227. https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-3872

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2020). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008

Herrero, M., Sancho-Belinchón, C., & Sedeño-López, J. (2025). La IA como herramienta para combatir la desinformación. Planteamiento de un modelo enfocado en los bulos en un contexto electoral. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, *41*. https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2840

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press. https://doi.org/10.1177/0894439307306088

Limia, M. (2025). Inteligencia artificial y desinformación: Tensiones éticas y estrategias sociotécnicas en la era digital. *Estudos em Comunicação, 2*(41), 86–108. https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/1663

Linares, F. (2024). Inteligencia artificial, desinformación y defensa nacional. *Revista de la Escuela Superior de Guerra Naval, 21*(2), 58–71. https://revista.esup.edu.pe/RESUP/article/view/205

López, P., Mila, 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). *Revista de Comunicación y Cultura*, (8), 68–89. https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5

Míguez-Gonzáles, M. (2023). La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: La labor de los fact-checkers. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (19), 29–39. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9441632

Estrada, O., Rincón, E., & Mena, J. (2026). Inteligencia artificial y comunicación: Mediación crítica y educomunicativa. *Index.comunicación, 16*(1), 13–36. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10563956

Moreno, P., Adeeb, R., & Figuereo, J. (2024). El big data y la inteligencia artificial como soluciones a la desinformación. *Doxa Comunicación*, (38), 437–451. https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2029

Passalacqua, V., Pérez-Rufí, J., & Martín-Martín, P. (2025). Investigación sobre desinformación y fake news en revistas de comunicación en español: Líneas, cartografía y tendencias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 31*(3), 655–668. https://doi.org/10.5209/emp.102187

Pérez, A. (2025). Menores, redes sociales y desinformación: Retos para la alfabetización mediática. *Cuadernos del Audiovisual CAA*, (14). https://doi.org/10.62269/cavcaa.39

Pérez, J. (2025). Inteligencia artificial: Desafío educativo en la era de la información. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 9*(5), 14523–14532. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5.20663

Quintero, N. (2025). *Estudio de caso de la relación entre contenidos y percepción de los jóvenes sobre las noticias amarillistas y fake news en Instagram y TikTok* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. https://repository.javeriana.edu.co/items/114046ab-9759-4ca3-85d9-ba57a4ae6330

Rêgo, A., & Carvalho, C. (2025). Plataformas digitales e inteligencia artificial: Vectores de desinformación, odio y adversarial abuse online. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (68), 9–15. https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/29101

Reyes, C. (2025). Enfoque teórico sobre la infoxicación y su incidencia en las redes sociales. En *Comunicación, medios y cultura digital* (pp. 149–165). Universidad César Vallejo. https://n9.cl/g8k8q0

Wardle, C. (2017, febrero 16). Fake news. It's complicated. *First Draft*. https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/

Rodríguez, Y., Medina, V., & Almansa, A. (2025). Alfabetización mediática e informacional (AMI) en tiempos de desinformación: Perspectivas en Iberoamérica. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (159), 175–200. https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i159.5180

Rubio, A. (2021). Los adolescentes como un colectivo vulnerable a la desinformación: El riesgo de las fake news como fuente de información entre los jóvenes. En *Oportunidades y retos para la enseñanza de las artes, la educación mediática y la ética en la era postdigital* (pp. 1544–1561). Dykinson. https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/1418

Santos-d'Amorim, K., & Fernandes, M. (2021). Informação incorreta, desinformação e má informação: Esclarecendo definições e exemplos em tempos de desinfodemia. *Encontros Bibli, 26*, 1–23. https://doi.org/10.5007/1518-2924.2021.e76900

Isaquita, I. (2023). *El sensacionalismo en los medios informativos* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. https://hdl.handle.net/20.500.12494/51194

Vélez, J. (2026). Comunicación digital en la sociedad ecuatoriana: ¿Libertad de expresión y desinformación en la era de la inteligencia artificial durante las elecciones presidenciales 2025? *Maestro y Sociedad, 23*(1), 87–100. https://n9.cl/mzied3

Vivion, M., Reid, V., Dubé, E., Coutant, A., Benoit, A., & Tourigny, A. (2024). How older adults manage misinformation and information overload: A qualitative study. *BMC Public Health, 24*(1), 871. https://doi.org/10.1186/s12889-024-18335-x

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science, 359*(6380), 1146–1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27). Council of Europe. https://www.firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf

Yilmaz, O. (2025). Los canales de Telegram como nuevos medios de comunicación respaldados por la IA y la difusión de desinformación: Reseñas de Noticias de Turquía sobre los Refugiados Sirios. *Revista Comunicando, 14*(1), e025004. https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i1.405

Transparencia

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés de naturaleza alguna como parte de la presente investigación.

Fuente de financiamiento

Los autores financiaron completamente la investigación.

Contribución de autoría

Mónica Elena Cárdenas Vela: Conceptualización, metodología, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Yetel Ricaño Noguera: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Sandra-María Cárdenas-Vela: Conceptualización, metodología, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento.

Gustavo David Cárdenas Vela: Conceptualización, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, supervisión.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.