



# Las *fake news*: amenaza silenciosa en la era de la “desinformación”

*Fake News*: A silent threat in the age of “disinformation”

DOI: <https://doi.org/10.47286/23461209.638>

**Carlos Eduardo Vásquez Cardona<sup>1</sup>** 

Universidad Católica de Oriente  
cvasquez@uco.edu.co

---

1 Magíster en Comunicación Digital. Profesor del Departamento de Lenguaje de la Universidad Católica de Oriente, Rionegro (Antioquia, Colombia).

**Cómo citar en APA:** Vásquez Cardona, C. E. (2024). Las *fake news*: amenaza silenciosa en la era de la “desinformación”. *Kénois*, 12(23) 5-25. <https://doi.org/10.47286/23461209.638>

Recibido: 19-07-2024  
Aprobado: 02-09-2024



## Resumen

Este artículo de reflexión explora el fenómeno de las *fake news* en la era digital. Se destacan estrategias para identificar y combatir la desinformación, tales como el pensamiento crítico, la educación mediática y el uso de herramientas tecnológicas; además, se propone un enfoque colaborativo para enfrentar este fenómeno y se sugieren actividades educativas para fomentar la verificación de información entre estudiantes y audiencias en general. Los resultados del análisis revelan la relación entre la falta de tiempo de las audiencias y el aumento de noticias falsas; asimismo, se plantea cómo los algoritmos de recomendación de las plataformas digitales contribuyen a la construcción de sesgos cognitivos. Las consecuencias abarcan desde daños psicológicos y reputacionales hasta pérdidas financieras. Además, las tecnologías exponenciales como la inteligencia artificial proporcionan herramientas avanzadas que hacen que las noticias falsas sean cada vez más realistas.

**Palabras clave:** *Fake news*, Desinformación, Alfabetización mediática, Pensamiento crítico, Verificación de información, Impacto social, Estrategias educativas.

## **Abstract**

This reflective article explores the phenomenon of *fake news* in the digital age. It highlights strategies for identifying and combating misinformation, such as critical thinking, media education, and the use of technological tools. A collaborative approach is proposed to address this issue, suggesting educational activities to promote information verification among students and general audiences. The analysis results reveal the relationship between audience time constraints and the rise of *fake news*. Additionally, the role of recommendation algorithms in creating cognitive biases is discussed. The consequences range from psychological and reputational harm to financial losses. Furthermore, exponential technologies like AI provide advanced tools that make *fake news* increasingly realistic.

**Keywords:** *Fake News*, Misinformation, Media Literacy, Critical Thinking, Information Verification, Societal Impact, Educational Strategies.

## Introducción

*Aunque están muy en boga en la actualidad, las noticias falsas se han utilizado, a lo largo de la historia, para desacreditar y desviar la atención de otras cuestiones, por ejemplo, tras el descubrimiento de América, se difundieron en Europa relatos acerca de sitios de inmensa riqueza, como del País de Jauja, la Ciudad de los Césares o El Dorado, para impulsar a los hombres a unirse a las tripulaciones que viajaban a América, un viaje durísimo y peligroso, en el que muchos fallecían.*

Escritores.org (2021)

En un mundo hiperconectado, donde la información fluye a velocidades vertiginosas, surge un desafío cada vez más acuciante: la proliferación de las noticias falsas o *fake news*. Estas informaciones engañosas, difundidas con diversas intenciones, buscan desinformar, manipular y generar caos en la sociedad. Según la Real Academia Española (RAE, s.f.), un bulo o —alternativa al término anglosajón *fake new*— es “una noticia falsa difundida con algún fin, generalmente desinformar”. El presente artículo se adentra en el fenómeno de las *fake news*, explorando sus orígenes, tipologías, motivaciones y el impacto que generan en la sociedad. A su vez, se proponen estrategias para identificarlas y evitar caer en sus redes, fomentando el pensamiento crítico y la responsabilidad individual en el consumo de información.

En un contexto donde la desinformación puede tener graves consecuencias, resulta imperativo comprender las dinámicas detrás de las *fake news* y desarrollar herramientas para combatirlas. Este artículo busca contribuir a este esfuerzo, invitando a una reflexión profunda sobre la veracidad de la información que consumimos y el rol que cada uno de nosotros juega en la construcción de una sociedad más informada y crítica.

## La trampa de la información

Vivimos en un mundo hipercomunicado. Hoy, más que nunca, tiene sentido el concepto de “aldea global” planteado en los años sesenta por Marshall McLuhan (1964), quien pronosticaba que en la medida en que los medios de comunicación se tecnificaran los seres humanos estaríamos cada vez más conectados. En las antiguas aldeas, todos se conocían entre sí, y cada miembro estaba al tanto de lo que ocurría y de quién era el otro. En la actualidad, sabemos con certeza cuándo ocurre un

desastre o un estallido político al otro lado del mundo casi en tiempo real. Las historias se propagan por nuestro planeta en instantes a través de internet, redes sociales, correos electrónicos, mensajería instantánea y toda la parafernalia que los entornos digitales traen consigo.

En este mundo tan ajetreado, de casi 8 mil millones de habitantes, el tiempo no da para cuestionarse acerca de muchos asuntos del día a día. Esto a menudo nos obliga a "tragar entero" y a seguir adelante, sin importar que la información que recibimos sea difícil de creer. En un mundo hipercomunicado, los tiempos no permiten analizar de manera clara si lo que está sucediendo tiene alguna lógica o no. Simplemente, grandes masas de seres humanos son conducidas por las vías informativas, figurativamente hablando, como reses hacia el matadero.

La proliferación de las noticias falsas o *fake news* se ve amplificada por los algoritmos de recomendación. En este contexto, los algoritmos de recomendación empleados por las plataformas digitales analizan nuestro comportamiento *online* para mostrarnos contenido que consideran relevante para nosotros. Sin embargo, este enfoque puede reforzar nuestros sesgos al presentarnos principalmente información que se alinea con nuestras opiniones, limitando nuestra exposición a perspectivas divergentes.

## **Impulsores psicológicos del consumo de noticias falsas**

La falta de tiempo, la necesidad de estar informados y el deseo de consumir contenido placentero también contribuyen a la vulnerabilidad de las audiencias ante las *fake news*. El cerebro humano busca recompensas activando la liberación de dopamina, neurotransmisor asociado al placer; las noticias falsas, a menudo sensacionalistas o emocionalmente impactantes, pueden activar este sistema de recompensa, haciéndonos más propensos a consumirlas y compartirlas.

Así mismo, el impacto de las *fake news* en la sociedad está vinculado con los sesgos cognitivos, que influyen en cómo las personas procesan la información. Los algoritmos de recomendación de contenido amplifican estos sesgos, reforzando creencias preexistentes y contribuyendo a la polarización social. Al estudiar estos fenómenos es crucial examinar cómo la falta de alfabetización mediática y la falta de regulación en plataformas digitales permiten la difusión de información falsa, exacerbando la desconfianza en los medios tradicionales y afectando la toma de decisiones (Sendino Marcos et al., 2022). En definitiva, las distorsiones cognitivas

nos llevan a favorecer y a buscar información que concuerde con nuestras creencias preexistentes (Sesgos cognitivos y noticias falsas, 2021).

Las noticias falsas no solo se aprovechan de nuestra falta de conocimiento o atención, sino que también explotan debilidades inherentes a la forma en que procesamos la información. Entre los principales impulsores psicológicos que nos hacen vulnerables a estas noticias engañosas se encuentran el sesgo de confirmación, la necesidad de pertenencia y el deseo de información sensacionalista.

El sesgo de confirmación nos lleva a buscar y favorecer información que respalda nuestras creencias preexistentes, mientras ignoramos o descartamos evidencia contraria. Esto nos hace más propensos a creer en las noticias falsas que se alinean con nuestras opiniones, incluso si carecen de fundamento. Por ejemplo, una persona que cree que las vacunas causan autismo es más probable que lea estudios que apoyan esta creencia, mientras que ignora o critica estudios que la refutan. Las personas tienden a procesar la información de manera que refuerce sus creencias preexistentes (Brenes Peralta et al., 2021).

La necesidad de pertenecer a un grupo social también puede influir en nuestra susceptibilidad a las noticias falsas. El deseo de encajar y ser aceptados por nuestros pares puede llevarnos a adoptar las creencias del grupo, incluso si no las compartimos plenamente (De Rosa, 2023). Por ejemplo, una persona que quiere formar parte de un grupo de amigos con ideas políticas extremas puede ser más propensa a creer noticias falsas que son populares en ese grupo.

El deseo de información sensacionalista nos convierte en presa fácil de las noticias falsas. La atracción por contenidos emocionantes, impactantes o escandalosos nubla nuestro juicio crítico y nos hace más propensos a creerlos sin analizar su veracidad. Por ejemplo, una persona que disfruta de los chismes puede ser más propensa a leer noticias falsas sensacionalistas y exageradas.

Un elemento clave es la llamada motivación defensiva, que está vinculada a una mayor exposición a las noticias falsas. Las personas tienden a mostrar un sesgo de congruencia actitudinal, lo que significa que los mensajes pro-actitudinales (aquellos que refuerzan sus creencias previas) son percibidos como más creíbles que los contraactitudinales (aquellos que las desafían). Un estudio de Egelhofer y Lecheler (2019) revela cómo las personas motivadas defensivamente usan la etiqueta de "noticias falsas" como una estrategia para deslegitimar los medios que ofrecen mensajes contraactitudinales.

Como resultado de esta compleja interacción entre factores psicológicos y tecnológicos, se genera un ambiente propicio para la proliferación de las *fake news*, donde grandes grupos de personas se encuentran encerrados en las denominadas "burbujas de información" sin la capacidad o disposición para evaluar críticamente la información que reciben.

## **Raíces históricas y estrategias de desinformación**

La desinformación y las narrativas engañosas no son un fenómeno nuevo en la historia de la humanidad. Desde la antigüedad, han sido utilizadas como herramientas estratégicas para manipular la opinión pública, sembrar discordia y obtener ventajas en tiempos de guerra y paz. En la era pre-digital, estas estrategias se materializaban en forma de bulos, rumores y panfletos, propagados a través de diversos canales de comunicación como la voz, la imprenta y el telégrafo. Algunos ejemplos históricos de *fake news*, antes de la era digital, incluyen:

- *La Gran Estafa Lunar (1835)*: en agosto de 1835, el periódico satírico New York Sun publicó una serie de artículos que afirmaban que un astrónomo inglés, Sir John Herschel, había descubierto vida en la Luna, incluyendo hombres-murciélago y unicornios. Aunque era una sátira, muchos lectores la tomaron como verdad.
- *El telegrama de la Batalla de Manassas (1861)*: durante la Guerra Civil estadounidense, el Associated Press difundió un telegrama falso que afirmaba que las fuerzas de la Unión habían logrado una victoria decisiva en la Primera Batalla de Bull Run. La noticia falsa provocó celebraciones en el Norte, pero luego se supo que era una fabricación completa.
- *La Guerra de los Mundos (1898)*: en 1898, el escritor H.G. Wells publicó una novela radiofónica titulada La guerra de los mundos, que narraba una invasión alienígena. La transmisión fue tan realista que muchos oyentes la creyeron real, provocando pánico generalizado.
- *El Protocolo de los Sabios de Sion (1903)*: se trata de un texto antisemita falso que pretendía ser un plan secreto de los judíos para dominar el mundo. Fue utilizado para justificar la persecución de los judíos y sigue siendo usado por grupos antisemitas en la actualidad.
- *La Marcha sobre Roma (1922)*: Benito Mussolini y sus camisas negras marcharon sobre Roma para tomar el poder en Italia. Los medios, en gran parte favorables a Mussolini, retrataron la marcha como un gran

levantamiento popular, cuando en realidad fue un golpe de estado relativamente pequeño.

Estos ejemplos históricos ilustran cómo la desinformación y las *fake news* han sido utilizadas a lo largo de la historia para manipular la opinión pública, sembrar discordia y obtener ventajas. En la era digital, estas estrategias han evolucionado y se han adaptado a las nuevas tecnologías de comunicación, lo que plantea nuevos desafíos para la sociedad en la lucha contra la desinformación.

## Tipos de *fake news*

Hay varios aspectos para tener en cuenta en relación con las *fake news*. Las noticias falsas, conocidas también con el anglicismo *fake news*, son un tipo de bulo que consiste en un contenido pseudo periodístico difundido a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes sociales, cuyo objetivo es la desinformación. Por otro lado, no todas las *fake news* son iguales; existen categorías, entre ellas:

- *Noticias fabricadas*: información completamente inventada y diseñada para engañar. Un ejemplo fue el denominado 'Pizzagate'. Durante las elecciones presidenciales de EE. UU. en 2016 se difundió una teoría conspirativa que afirmaba que una red de tráfico infantil operaba desde la pizzería Comet Ping Pong en Washington D.C. Esta noticia reseñada por CBS News (2016) era completamente falsa y no tenía ninguna base en la realidad. Sin embargo, llevó a un hombre armado a irrumpir en la pizzería en diciembre de 2016, buscando liberar a los supuestos niños capturados.
- *Noticias engañosas*: información basada en hechos reales pero presentada de manera distorsionada para engañar. El ejemplo de este tipo de *fake news* es la manipulación de información acerca del cambio climático. Algunos medios han publicado datos científicos de manera sesgada para hacer parecer que el cambio climático no es un problema grave; por ejemplo, presentando inviernos fríos como prueba de que el calentamiento global no existe, ignorando el hecho de que el clima y el tiempo son conceptos diferentes y que el calentamiento global puede llevar a eventos climáticos extremos tanto de calor como de frío (National Geographic, 2018).
- *Noticias de clickbait*: titulares sensacionalistas que buscan atraer clics y visitas, pero que no reflejan el contenido real. Los titulares sensacionalistas sobre celebridades caen dentro de esta categoría. Los sitios web de entretenimiento a menudo utilizan titulares exagerados para atraer clics.

Por ejemplo, un titular que dice "¡Famoso, arrestado por crimen atroz!" podría en realidad referirse a un incidente menor y sin importancia, como una multa de estacionamiento. El contenido del artículo, por lo general, no coincide con la gravedad insinuada por el titular.

Claire Wardle (2017), experta en desinformación, va más allá de la simple dicotomía "verdadero/falso" en las noticias falsas. Propone un espectro de motivos con diferentes grados de intención engañosa:

1. Sátira y parodia: noticias falsas creadas con humor o ironía, sin intención de engañar.
2. Contenido engañoso: información presentada de forma engañosa o distorsionada, sin intención de causar daño.
3. Contenido fabricado: información completamente inventada, con el objetivo de engañar o manipular.
4. Contenido recontextualizado: información verídica presentada fuera de contexto o con información falsa agregada.
5. Contenido impostor: contenido que se hace pasar por algo que no es, como una noticia de una fuente confiable.

La categorización que se muestra en la tabla 1 permite comprender mejor las *fake news*, identificar sus objetivos y combatirlos de manera más efectiva.

**Tabla 1.** Siete tipos de mala información

		Desinformación					
Categoría Motivación	Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contenido falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido inventado
Periodismo deficiente		●	●	●			
Parodia	●				●		●
Provocación					●	●	●
Pasión				●			
Partidismo			●	●			
Provecho económico		●			●		●
Influencia política			●	●		●	●
Propaganda			●	●	●	●	●

Nota. Wardle (2017).

## Propósito de las *fake news*

Es importante considerar que no todas las *fake news* se crean con malas intenciones. Algunas personas pueden difundir información falsa sin darse cuenta de que es falsa, o simplemente porque quieren compartir algo que les parece interesante. Sin embargo, es importante ser consciente de las diversas intenciones que pueden estar detrás de las *fake news* y ser crítico con la información que se consume en línea. Las noticias falsas se crean y difunden con diversas intenciones, algunas de las cuales pueden ser muy dañinas. Los objetivos de quienes producen estas noticias falsas son variados. Algunos propósitos incluyen:

- *Desinformación política*: manipular la opinión pública para favorecer o perjudicar a determinados actores políticos. Durante las elecciones presidenciales de Brasil en 2018 se difundieron numerosas *fake news* a través de WhatsApp para manipular la opinión pública. Una de las noticias falsas más notorias fue la acusación sin fundamento de que el candidato Fernando Haddad, del Partido de los Trabajadores, apoyaba un “kit gay” en las escuelas para promover la homosexualidad entre los niños. Esta desinformación fue utilizada para desacreditar a Haddad y favorecer a su oponente, Jair Bolsonaro. Además, estas noticias falsas buscan promover una agenda política o ideológica, dañar la reputación de alguien o vender productos o servicios engañosos.
- *Beneficio económico*: generar ingresos a través de clics y visitas en sitios web que publican *fake news*. En varios países de Latinoamérica, durante la pandemia de COVID-19, surgieron numerosos sitios web y páginas de redes sociales que difundían información falsa sobre curas milagrosas, tratamientos y teorías conspirativas. Estos sitios a menudo buscan generar ingresos a través de clics y visitas, aprovechando el miedo y la incertidumbre de la población. Por ejemplo, se difundieron noticias falsas sobre el uso de dióxido de cloro como cura para el COVID-19, lo que llevó a un aumento en la venta de este producto peligroso. Los creadores de estas noticias falsas pueden obtener ganancias económicas a través de publicidad, venta de datos o esquemas de phishing.
- *Confusión social*: crear caos y desconfianza en la sociedad. Durante las protestas en Chile en 2019 se propagaron noticias falsas que incitaban al caos y la desconfianza. Se difundieron rumores infundados sobre supuestos

actos de violencia y saqueos masivos en distintas partes del país a través de redes sociales, con imágenes y videos fuera de contexto o manipulados. Estos intentos de desinformación buscaban crear pánico y exacerbar la tensión social durante un período ya de por sí convulso. En algunos casos, las *fake news* se crean con la intención de causar daño o caos, incitar a la violencia, desestabilizar gobiernos o propagar el miedo.

## **Impacto de las noticias falsas en individuos y sociedad**

Las noticias falsas, lejos de ser una simple molestia, representan una grave amenaza con consecuencias tangibles para las personas y la sociedad. A continuación, se detallan algunos ejemplos concretos del daño que pueden causar:

### **Daño psicológico**

- **Ansiedad y estrés:** la constante exposición a noticias falsas sobre eventos catastróficos, conflictos o pandemias puede generar ansiedad y estrés excesivo, afectando la salud mental y el bienestar emocional.
- **Depresión:** la desconfianza y la incertidumbre provocadas por las noticias falsas pueden derivar en sentimientos de desesperanza y apatía, aumentando el riesgo de depresión, especialmente en personas vulnerables.
- **Trastornos del sueño:** la preocupación y el miedo asociados a la desinformación pueden alterar los patrones de sueño, ocasionando insomnio, fatiga y otras dificultades para descansar adecuadamente.

### **Daño a la reputación**

- **Daño a la imagen personal:** la difusión de noticias falsas que atribuyen acciones o declaraciones falsas a una persona puede dañar su reputación personal, afectando sus relaciones interpersonales, su vida social y sus oportunidades laborales.
- **Daño a la imagen profesional:** en el ámbito profesional, las noticias falsas pueden perjudicar la reputación de una empresa, organización o persona, ocasionando pérdidas económicas, clientes y oportunidades de negocio.
- **Ciberacoso y difamación:** las noticias falsas pueden ser utilizadas como herramienta para el ciberacoso y la difamación, causando daño emocional y psicológico a las víctimas, además de posibles repercusiones legales.

## **Pérdidas financieras**

- Estafas y fraudes: las noticias falsas pueden ser utilizadas para engañar a las personas y persuadirlas para que realicen inversiones fraudulentas, compras inexistentes o donaciones a organizaciones falsas.
- Manipulación del mercado: la difusión de noticias falsas acerca del estado de una empresa, un sector económico o un producto financiero puede manipular el mercado, ocasionando pérdidas a inversores y consumidores.
- Ciberdelincuencia: las noticias falsas pueden ser utilizadas para atraer a las personas a sitios web fraudulentos o para incitarlas a descargar malware, robando información personal o financiera.

## ***Fake news* en medios de comunicación en Colombia**

Colombia no ha estado exenta de las afectaciones ocasionadas por las *fake news* a través de los medios de comunicación nacionales. En los últimos cinco años se pueden mencionar, a manera de ilustración, los siguientes:

**La falsa ilustración de *El niño y la garza*.** En enero de 2024 circuló en redes sociales y algunos medios de comunicación la historia de una joven barranquillera que aseguraba haber sido la ilustradora de la película animada *El niño y la garza*, ganadora del Globo de Oro. La noticia generó gran revuelo y orgullo nacional, sin embargo, resultó ser falsa. La verdadera ilustradora era una artista canadiense. Este caso pone de relieve la facilidad con que las noticias falsas pueden propagarse y la importancia de verificar la información antes de compartirla.

**La falsa cura milagrosa para el COVID-19.** Durante la pandemia de COVID-19 proliferaron noticias falsas sobre supuestas curas milagrosas o tratamientos ineficaces. Estas noticias falsas, que se difundían principalmente por redes sociales, generaban falsas esperanzas en la población y podían incluso poner en riesgo la salud de las personas que las creían. La Organización Mundial de la Salud (OMS) y las autoridades sanitarias colombianas se vieron obligadas a desmentir constantemente este tipo de información y a recordar la importancia de consultar solo fuentes oficiales y confiables.

**Las noticias falsas sobre las elecciones.** En las últimas elecciones regionales de Colombia se observó un aumento en la circulación de noticias falsas con el objetivo de influir en el voto de los ciudadanos. Estas noticias falsas podían atacar a candidatos, difundir información falsa sobre sus propuestas o incluso inventar

escándalos inexistentes. Las autoridades electorales y las organizaciones de la sociedad civil hicieron un llamado a la ciudadanía para que verificara la información antes de votar y para que denunciara cualquier tipo de noticia falsa que detectara.

**Las noticias falsas sobre la situación de seguridad.** En Colombia, las noticias falsas sobre la situación de seguridad en el país son comunes. Estas noticias falsas pueden exagerar la violencia, inventar ataques inexistentes o generar alarmas infundadas entre la población. Esto puede generar miedo, desconfianza y afectar negativamente la imagen del país. Las autoridades colombianas trabajan constantemente para combatir este tipo de desinformación y para promover fuentes de información confiables sobre la situación de seguridad.

Estos son solo algunos ejemplos de las noticias falsas que han circulado en medios de comunicación de Colombia.

## **El futuro de las noticias falsas y el papel de la tecnología**

El panorama cambiante de las noticias falsas sugiere un desafío creciente en la era de la información. En la era digital, el acceso a la información se ha vuelto instantáneo y ubicuo. Sin embargo, esta abundancia de información también ha creado un terreno fértil para la proliferación de noticias falsas, un fenómeno que representa un desafío creciente para las sociedades modernas. Las noticias falsas, definidas como información deliberadamente engañosa presentada como legítima, pueden tener un impacto significativo en la opinión pública, las elecciones democráticas e incluso la estabilidad social.

La sofisticación de las noticias falsas ha aumentado considerablemente en los últimos años, impulsada por el avance de la Inteligencia Artificial (IA) y las técnicas de *deep fake*. Los *deep fakes* y las *fake news* están estrechamente relacionados, ya que ambos se basan en la manipulación de la información para engañar a las audiencias. Mientras que las *fake news* distorsionan la realidad a través del texto o contenido audiovisual, los *deep fakes* lo hacen utilizando tecnologías avanzadas para crear imágenes y videos falsos que parecen reales. Esta combinación puede amplificar la propagación de desinformación al hacer más difícil para los usuarios identificar lo falso, lo que contribuye al aumento de la desconfianza en los medios y la polarización social.

Los *deep fakes* son medios sintéticos que emplean IA, específicamente redes neuronales profundas, para crear imágenes o videos falsos que parecen auténticos.

Esta tecnología permite manipular rostros e intercambiarlos entre diferentes personas, generando contenido difícil de distinguir de lo real. El proceso incluye fusionar y superponer imágenes y clips de video, logrando un nivel de realismo que desafía los métodos tradicionales de detección. La capacidad de crear estas falsificaciones hiperrealistas ha planteado importantes desafíos en términos de desinformación y manipulación audiovisual

Hasta 2018, la investigación sobre *deep fakes* era prácticamente inexistente, lo que resalta la rapidez con la que este campo ha crecido desde entonces. Según Gil et al. (2023), una revisión de las bases de datos como Web of Science y Scopus no mostró resultados antes de ese año, pero desde 2018, las publicaciones sobre *deep fakes* comenzaron a incrementarse exponencialmente, alcanzando 311 resultados en 2021. Este cambio refleja el creciente interés en temas como el aprendizaje profundo y la detección de falsificaciones.

La evolución temática de la investigación en *deep fakes* también muestra una diversificación en los enfoques de estudio. Mientras que el aprendizaje profundo sigue siendo un área clave, Gil et al. (2023) destacan que ha habido una creciente atención en aspectos más específicos como el análisis de texturas y las redes neuronales convolucionales (redes neuronales especializadas en procesar datos visuales mediante capas que detectan patrones en imágenes, como bordes o texturas). Estos avances técnicos han permitido que el campo evolucione con rapidez, especialmente en la detección de *deep fakes* en plataformas de redes sociales.

Numerosos ejemplos ilustran la amenaza que representan las noticias falsas sofisticadas. En 2018, un video *deep fake*, que mostraba al expresidente de Estados Unidos, Barack Obama, insultando a su sucesor, Donald Trump, se volvió viral en las redes sociales. Aunque el video era falso, generó un gran revuelo y contribuyó a la polarización política, tal como lo reseña Raya (2018). En otro caso, fotografías falsas del papa Francisco lo mostraban, en 2023, luciendo una chaqueta de diseñador, gafas oscuras y zapatos deportivos (figura 1). Estas imágenes creadas por la IA se hicieron virales y dieron la vuelta al mundo. El periódico La Nación (Cómo la imagen falsa del papa Francisco..., 2023) reseñó el hecho, sugiriendo un debate sobre los riesgos y la veracidad de los modelos de IA generativos.

**Figura 1.** Imagen del papa Francisco creada con IA



Nota. La Nación (2023).

Universidades de España y de América Latina han realizado investigaciones acerca del impacto de las noticias falsas. Un estudio de la Universidad Complutense de Madrid (2022) encontró que la exposición a noticias falsas puede aumentar la polarización política y la desconfianza en las instituciones. La hipótesis de esta investigación sostiene que el aumento de los riesgos y la pérdida de confianza asociados con el crecimiento de los desórdenes informativos —como los bulos, la desinformación, la información falsa, el *brain hacking*, los videos *deep fake*, los ciberataques con hackeo de datos, los pseudomedios (medios creados con la intención de desinformar) creados para campañas, las narrativas hostiles, la creación de sitios web específicos, y las conocidas *fake news*— tienen un impacto negativo en términos de escala, velocidad y alcance.

Un aspecto interesante en los estudios de la Universidad Complutense de Madrid para tener en cuenta es el *brain hacking*, cuyas prácticas moldean decisiones y emociones en los usuarios de manera inconsciente. Este se refiere a técnicas que explotan vulnerabilidades psicológicas a través de la tecnología, con el objetivo de influir o manipular el comportamiento humano. Estas técnicas suelen aprovechar estímulos visuales, auditivos o interactivos, diseñados para captar y retener la atención de los usuarios. Algunos ejemplos incluyen:

- Notificaciones: aplicaciones de redes sociales envían notificaciones constantes, provocando un ciclo de dopamina que fomenta la dependencia.
- Algoritmos personalizados: plataformas como YouTube o TikTok recomiendan contenido basado en patrones de consumo, manteniendo al usuario más tiempo en la plataforma.

Por otro lado, un estudio de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) analizó el uso de *deep fakes* en las elecciones presidenciales de México de 2018. Concluyó que estas herramientas pueden tener un impacto significativo en los resultados electorales. Tal como lo reseña Garay (2024), la idea principal es que las campañas de desinformación, en que se utilizan herramientas como *deep fakes* y la clonación de voz, están afectando significativamente las elecciones en México. En consecuencia, sugieren que se necesitan estrategias y competencias digitales para combatir estos problemas. El problema radica en que la manipulación de la información es una pandemia que aún no tiene solución. Han detectado teorías de conspiración en TikTok dirigidas a ciertas instituciones y distorsiones en los mensajes de una candidata a través de capturas de pantalla alteradas. Además, se han identificado casos más complejos, como la modificación de audio o la creación de uno nuevo con Inteligencia Artificial para atribuir frases que un candidato nunca dijo.

## **Estrategias educativas y el papel de la educación mediática**

El creciente impacto de las *fake news* en el panorama informativo ha subrayado la necesidad de estrategias educativas que promuevan una mayor alfabetización mediática. Desde la década de 1970, organismos internacionales como la UNESCO han destacado la importancia de esta alfabetización como herramienta clave para aumentar la conciencia crítica de los ciudadanos y combatir el subdesarrollo. Sin embargo, la proliferación de medios digitales y la difusión de noticias falsas han renovado el interés en este campo, especialmente tras eventos como las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, que amplificaron el debate sobre la desinformación (Gómez y Mateus, 2023).

El concepto de alfabetización mediática se refiere a la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear contenido en diferentes formatos de medios de comunicación. Esta habilidad incluye la comprensión crítica del rol que los medios juegan en la sociedad y el desarrollo de competencias para interpretar información de manera

reflexiva y activa. En el contexto actual, marcado por la proliferación de las *fake news*, la alfabetización mediática se presenta como una herramienta fundamental para equipar a los ciudadanos con estrategias que les permitan identificar y resistir la desinformación.

Una herramienta valiosa para evaluar las competencias mediáticas en relación con la identificación de *fake news* es la prueba CRAAP (*Currency, Relevance, Authority, Accuracy, and Purpose*). Este instrumento permite analizar una noticia en función de cinco dimensiones: actualidad, relevancia, autoría, precisión y propósito del texto (Blakeslee, 2004). Los resultados de diversas investigaciones han mostrado que los estudiantes a menudo evalúan de manera similar la información falsa y la verdadera, lo que sugiere que carecen de un nivel adecuado de competencia mediática (Herrero-Diz et al., 2019).

Una simplificación de esta prueba sugiere identificar las *fake news* desde acciones como: revisar la URL para asegurarse de que el sitio web sea confiable, ya que las URL sospechosas o poco conocidas a menudo indican fuentes no fiables. Dudar de las fotos que parecen poco creíbles; en caso de encontrar una imagen sospechosa, se puede copiar y pegar en Google Imágenes para verificar su autenticidad y origen. Revisar las fuentes de la información y verificar si otros medios reconocidos han reseñado la misma noticia, ya que la falta de cobertura en fuentes confiables puede ser una señal de alerta. Además, se recomienda instalar un detector de *fake news*, utilizando herramientas como la extensión de Chrome "*Fake News Detector*" o "*Maldito Buló*" para identificar y filtrar noticias falsas automáticamente.

La proliferación de noticias falsas en la era digital representa un reto significativo para la sociedad, especialmente para las nuevas generaciones inmersas en el mundo online. Un estudio del Stanford History Education Group (SHEG) titulado "*Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*" reveló que solo el 25 % de los estudiantes de secundaria puede distinguir entre noticias reales y falsas (Wineburg et al., 2016). Estos hallazgos subrayan la urgente necesidad de implementar estrategias educativas que fomenten la alfabetización mediática y el pensamiento crítico entre los jóvenes.

Algunos esfuerzos por parte de los profesores son notables. A manera de ejemplo, el trabajo de Spencer (2023) con sus estudiantes es interesante. El educador propone en sus clases "El método de las 5C del consumo crítico" para ayudarles a sus estudiantes a identificar *fake news*. El video llamado "Helping Students Identify Fake News with the Five C's of Critical Consuming" (disponible en YouTube) ofrece un marco práctico para guiar a los alumnos en la evaluación de la información que encuentran en línea. Aunque este método es una iniciativa interesante, no es una solución única

y definitiva al problema de las *fake news*. En el método de consumo crítico, la primera 'C' es contexto: ¿Cuándo se escribió el artículo?, ¿de dónde viene? La segunda 'C' es credibilidad: ¿La fuente es confiable? La tercera 'C' es construcción: ¿El artículo tiene un sesgo evidente? La cuarta 'C' es corroboración: ¿Otras fuentes afirman lo mismo? Y la quinta 'C' es comparación: ¿Hay otras perspectivas sobre el tema?

## Acciones posibles desde la perspectiva de otros actores del proceso

La lucha contra las *fake news* requiere un enfoque multidimensional que involucre a diversos actores del proceso educativo y comunicativo. Fortalecer la educación mediática en las instituciones desde una edad temprana es fundamental para enseñar a las audiencias y a los estudiantes a discernir fuentes confiables, analizar el contenido de las noticias y verificar la información. Algunas acciones posibles incluyen:

- 1. Fortalecimiento de la educación mediática en las instituciones educativas.** Implementar programas de educación mediática desde temprana edad, integrando contenidos que enseñen a los estudiantes a identificar fuentes confiables, analizar el contenido de las noticias, reconocer sesgos y propaganda, y verificar la información con otras fuentes.
- 2. Promoción de la responsabilidad individual.** Fomentar la cultura de la verificación de la información antes de compartirla en redes sociales, evitando la difusión de noticias sin antes haberlas corroborado.
- 3. Desarrollo de herramientas tecnológicas.** Impulsar el desarrollo de herramientas digitales que faciliten la detección de noticias falsas, como algoritmos que identifiquen patrones de lenguaje característicos de la desinformación o plataformas que permitan la verificación cruzada de información.
- 4. Refuerzo de la ética periodística.** Promover el compromiso de los medios de comunicación con la ética periodística, garantizando la veracidad y la transparencia de la información que publican.
- 5. Colaboración entre diferentes sectores.** Establecer espacios de diálogo y colaboración entre educadores, periodistas, tecnólogos, autoridades y sociedad civil para abordar el problema de las *fake news* de manera conjunta y multidisciplinaria.

Al fortalecer la educación mediática, incentivar la responsabilidad individual, crear herramientas tecnológicas, reforzar la ética en el periodismo y promover la colaboración entre diferentes sectores, se puede lograr una sociedad más informada y crítica, capaz de manejar la amplia cantidad de información disponible.

## **Consideración final: un llamado a la conciencia individual**

Las soluciones a las problemáticas derivadas de las *fake news* no son un esfuerzo personal, sino una responsabilidad compartida que requiere un compromiso constante y diverso. En este contexto, la educación mediática se convierte en una base esencial para dotar a las audiencias de las habilidades necesarias para distinguir entre la información auténtica y la que puede ser engañosa. No obstante, la educación por sí sola no es suficiente. Es fundamental asumir un rol activo para abordar esta problemática. Es importante cuestionar si la información consumida es realmente veraz, verificar las fuentes de las noticias que se comparten en redes sociales y ser consciente del impacto que puede tener la desinformación en el entorno social.

La responsabilidad de combatir las *fake news* recae en cada uno de nosotros. Al adoptar una actitud crítica y responsable ante la información, podemos convertirnos en agentes de cambio en la construcción de una sociedad más informada, resiliente y comprometida con la verdad.

## **Referencias**

- Blakeslee, S. (2004). The CRAAP Test. *LOEX Quarterly*, 31(3). <https://commons.emich.edu/loexquarterly/vol31/iss3/4>
- Brenes Peralta, C., Pérez Sánchez, R., y Siles González, I. (2021). Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica. *Cuadernos.info*, (49), 213-236. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27437>
- Cómo la imagen falsa del Papa Francisco con una campera acolchada despertó un debate sobre el uso de la Inteligencia Artificial. (2023, marzo 28). *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/como-la-imagen-falsa-del-papa-francisco-con-una-campera-acolchada-desperto-un-debate-sobre-el-uso-de-nid28032023/>
- De Rosa Alabaster, E. (2023, octubre 20). Psicología de las fake news: Cómo nuestros sesgos cognitivos condicionan lo que creemos. *Infobae*. <https://www.infobae.com>

- com/salud/2023/10/20/psicologia-de-las-fake-news-como-nuestros-sesgos-cognitivos-condicionan-lo-que-creemos/
- Egelhofer, J. & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>.
- Escritores.org. (2021, abril 12). Juegos literarios 85 – Fake news. *Escritores.org*. <https://www.escritores.org/recursos-para-escritores/recursos-2/articulos-de-interes/32687-juegos-literarios-85-fake-news>
- Garay, J. (2024, mayo 29). Deepfakes, clonación de voz y descontextualización: La desinformación enturbia las campañas electorales en México. *WIRED en Español*. <https://www.bbc.co.uk/programmes/w3ct5d9g>
- Gil, R., Virgili-Gomà, J., López-Gil, J. M. et al. (2023). Deepfakes: evolution and trends. *Soft Comput*, 27, 11295–11318. <https://doi.org/10.1007/s00500-023-08605-y>
- Gómez Rojas, D. C., y Mateus, J. C. (2023). Competencia mediática para identificar noticias falsas. Estudio de caso con estudiantes de cuarto de secundaria de un colegio en Lima. *Correspondencias & Análisis*, 17, 13-42. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.01>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., Tapia-Frade, A. y Varona-Aramburu, D. (2019). La credibilidad de las noticias en Internet: una evaluación de la información por estudiantes universitarios. *Cultura y Educación*, 31(2), 407-435.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- National Geographic. (2018). Climate myths: Sorting fact from fiction. <https://www.nationalgeographic.com/environment/article/climate-change-myth>
- Raya, A. (2018, abril 18). Mira cómo Obama insulta a Trump en un vídeo creado por inteligencia artificial. *El Español*. [https://www.elespanol.com/omicrono/software/20180418/mira-obama-insulta-trump-creado-inteligencia-artificial/300721372\\_0.html](https://www.elespanol.com/omicrono/software/20180418/mira-obama-insulta-trump-creado-inteligencia-artificial/300721372_0.html)
- Real Academia Española. (s.f.). Definición de bulo. *Recuperado de la RAE*. <https://dle.rae.es/bulo>
- Sendino Marcos, L., Vovkodav, V., y Cordero Redondo, A. (2022). El impacto de las fake news en la sociedad: Un análisis mediático, social y político. *Pangea Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 13(1), 45-60. <https://revistapangea.org>

- Sesgos cognitivos y noticias falsas: Cómo la mente nos engaña. (2021, noviembre 19). *El País*. [https://www.eldiario.es/tecnologia/manual-fake-papel-sesgos-cognitivos\\_1\\_1811075.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/manual-fake-papel-sesgos-cognitivos_1_1811075.html)
- Spencer, J. (2023, marzo 17). Helping students identify fake news with the Five C's of Critical Consuming [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=xf8mjbVRqao>
- Universidad Complutense de Madrid. (2022). El impacto de las noticias falsas en la polarización política y la desconfianza en las instituciones. <http://www.uchile.cl/noticias/188632/desinformacion-y-fake-news>
- Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. *Medium*. <https://medium.com/collections/f7aa1d30b74d>
- Wineburg, S., Breakstone, J., Ziv, N., & Smith, M. (2016). *Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning*. Stanford History Education Group. <https://sheg.stanford.edu/report>