

**COMUNICACIÓN
EN TIEMPOS DEL
TIK TOK**

ISBN:978-9942-7360-4-8


**We Love
Working**
EDITORIAL

DOCENTES DE LA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

CRÉDITOS

COMUNICACIÓN EN LA POLÍTICA EN TIEMPOS DE TIKTOK: LIMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN INTERNET

Autores docentes de la Universidad de Guayaquil



Paul Santiago Freire Sierra, nacido en Guayaquil-Ecuador. Ingeniero Comercial por la Universidad de Guayaquil; Magíster en Administración y Dirección de empresas. Actualmente se desempeña como Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Analista de Presupuesto del Hospital militar de Guayaquil, autor de varios artículos científicos y libros en el campo de la comunicación, administración y educación, ha participado en eventos como capacitador docente.

paul.freires@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9785-1359>



María Verónica Herrera Valdivieso, nacida en Loja - Ecuador. Licenciada en Comunicación Social, por la Universidad de Guayaquil; Máster En Periodismo De Investigación, Datos y Visualización por la Universidad Internacional de la Rioja; Diplomado Superior en Sistemas de Educación Superior Modular Basados en Créditos Acumulables y Transferibles por la Universidad de Guayaquil; Camarógrafa profesional por la Universidad de Guayaquil; Especialista en Lenguaje y Escritura Académica y Formación Docente por la Organización De Estados Iberoamericanos, Centro De Altos Estudios Universitarios y la Secretaria De Educación Superior, Ciencia Tecnología E Innovación. Actualmente se desempeña como Gestora del Departamento de Titulación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, ha participado en eventos como capacitadora docente y publicado artículos científicos.

maria.herrerava@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-6186-1451>



Joselyn Michelle Zuñiga Oñate, nacida en Guayaquil - Ecuador. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, por la Universidad de Guayaquil; Magíster en Gestión Educativa, por la Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo; Magíster en Comunicación Estratégica con mención en Comunicación Digital, por la Universidad Estatal de Milagro. Actualmente se desempeña como Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, autor de varios artículos científicos en el campo de la comunicación y educación, ha participado en eventos como capacitador docente.

joselyn.zunigao@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0008-7862-3618>



Sandra Edith Escobar Sánchez, nacida en Guayaquil-Ecuador Licenciada en Comunicación Social por la Universidad de Guayaquil; Máster en Comunicación por la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Actualmente se desempeña como Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Analista de Comunicación en el Municipio de Guayaquil, autora de artículos científicos.

sandra.escobars@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9673-8338>



Galo Raúl Carchi Andía, nacido en Guayaquil-Ecuador.

Tecnólogo en Comunicación para Televisión mención Relaciones Públicas y Protocolo del Instituto Tecnológico Superior Estudios de Televisión ITV, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Máster Universitario en Marketing Digital de la Universidad Internacional de la Rioja. Actualmente se desempeña como Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, autor de varios artículos científicos y libros en el campo de la comunicación, administración y educación.

galo.carchia@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-6733-0554>



Dirección y Coordinación Editorial: Sara Díaz Villacís

Revisión de contenido: MSc. Christian Armendáriz PhD (c)

Revisión pedagógica: MSc. Juan Farías D. MSc.

© ® Derechos de copia y Propiedad intelectual

Libro bajo revisión técnica y didáctica de pares

Guayaquil - Ecuador

Marzo del 2025

ISBN: 978-9942-7360-4-8

Descarga:

<https://liveworkingeditorial.com/product/comunicacion-politica/>

Indexación



**CÁMARA
ECUATORIANA
DEL LIBRO**



ÍNDICE

COMUNICACIÓN EN LA POLÍTICA EN TIEMPOS DE TIKTOK: LIMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN INTERNET	1
CRÉDITOS.....	2
ÍNDICE.....	8
PRÓLOGO.....	15
INTRODUCCIÓN	18
Importancia de la comunicación política en la era digital.	18
Evolución de la comunicación y el marketing político en redes sociales.....	20
El poder de la información y la responsabilidad ética	23
La libertad de expresión y sus límites en la era digital	24
Un llamado a la reflexión y la acción.....	25
Objetivos del libro	26
Preguntas para reflexionar	27

1	CAPÍTULO 1: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	29
1.1	De los mítines tradicionales a las redes sociales: el nuevo escenario político	29
1.2	Características de la comunicación política en la era digital	31
1.3	El papel de los periodistas en la propagación de noticias falsas: ética, responsabilidad y consecuencias	34
2	CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DIGITALES DE COMUNICACIÓN.....	38
2.1	Estrategias de marketing político en entornos digitales	38
2.1.1	Publicidad Segmentada: La Precisión en la Comunicación Política.....	39
2.1.2	Creación de Mensajes Personalizados: La Clave para Conectar con el Votante.....	42
2.1.3	Optimización en Tiempo Real: Adaptabilidad en la Campaña Digital.....	44

2.1.4	Colaboraciones con Influencers: La Nueva Voz de la Política	46
2.1.5	Uso de Inteligencia Artificial en Campañas Políticas	46
2.1.6	Aplicaciones Claves de la IA en la Política	47
2.1.7	Principales críticas a la IA	48
2.2	Fact-Checking en la Política	49
2.2.1	El Fact-Checking en la Era Digital: Herramientas, Plataformas y su Impacto en la Democracia	50
2.2.2	Herramientas y Plataformas de Fact-Checking	51
2.2.3	Herramientas de Verificación de Datos de Google	52
2.2.4	Programa de Verificación de Datos de Terceros de Facebook	53
2.2.5	Plataformas de Verificación: Lupa, Snopes y Chequeado	54
2.2.6	Impacto en la democracia.....	55
2.3	Riesgos y dilemas éticos.....	57

2.3.1	Publicidad Encubierta: Entre la Convicción y el Interés Económico.....	57
2.3.2	Desinformación: Influencers y la Propagación de Noticias Falsas.....	60
2.3.3	Manipulación Emocional: La Política del Sentimiento	61
2.4	Casos de Uso en Campañas Políticas	62
2.4.1	Caso Cambridge Analytica.....	62
2.4.2	El Caso de los Cartones de Tamaño Real de Daniel Noboa en Ecuador.....	64
3	CAPÍTULO 3: TIKTOK COMO HERRAMIENTA DE PROPAGANDA POLÍTICA.....	68
3.1	TikTok: Una Plataforma en Crecimiento	68
3.2	TikTok y la Desinformación en el Mundo y Ecuador: Los Daños que ha Causado	69
3.3	La Desinformación en TikTok a Nivel Global.....	70
3.3.1	Impacto en la Sociedad y la Cultura.....	70
3.3.2	Teorías Conspirativas y Salud Pública.....	71

3.3.3	Manipulación Política y Elecciones	71
3.3.4	Desinformación en Conflictos Internacionales	72
3.3.5	La Desinformación en TikTok en Ecuador ..	73
3.3.6	1Desinformación en Procesos Electorales	73
3.3.7	Desinformación sobre Salud y Seguridad	74
3.3.8	Los Daños Causados por la Desinformación en TikTok	75
3.4	Posibles Soluciones a la desinformación en Tik Tok	76
3.5	TikTok en las elecciones de 2023: Entre la estrategia y la desinformación.....	78
3.5.1	Guillermo Lasso y sus zapatos rojos: De la política a la cultura viral	79
3.5.2	Herbas: El fenómeno de la sátira política en TikTok	80
3.5.3	Deepfakes y vídeos manipulados en la campaña de 2023	81

3.6	Campañas Políticas en EE.UU. y Europa Afectadas por Noticias Falsas.....	82
3.6.1	Estados Unidos: Elecciones Presidenciales de 2016 y 2020	82
3.6.2	2. Europa: Brexit y Elecciones en Varios Países	85
3.6.3	Elecciones Presidenciales en Francia (2017)..	87
3.6.4	Elecciones Generales en Alemania (2017).....	88
3.6.5	Impacto de las Noticias Falsas en las Democracias.....	89
4	CAPÍTULO 4: REDES SOCIALES, TIKTOK Y DESINFORMACIÓN	91
4.1	Impacto de la desinformación en la opinión pública y en los resultados electorales	91
4.2	El rol de los medios de comunicación tradicionales frente a las fake news en redes	93
4.3	Regulación y esfuerzos para combatir la desinformación en Ecuador	95

4.4	Ejemplos de candidatos afectados por noticias falsas en redes sociales	96
5	CAPÍTULO 5: DESAFÍOS LEGALES Y LOS LÍMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN INTERNET	99
5.1	¿Dónde termina la libertad de expresión y empieza la desinformación?	99
5.2	Regulaciones internacionales sobre fake news y contenido manipulado.....	101
5.3	Políticas de moderación de contenidos en TikTok y otras redes sociales.....	102
5.4	El rol de los gobiernos, empresas tecnológicas y sociedad civil en la regulación	104
	CONCLUSIONES	106
	BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS	113

PRÓLOGO

En un mundo donde la información circula a velocidades sin precedentes, la capacidad de diferenciar entre contenido real y manipulado se ha convertido en una habilidad esencial. Este libro pretende ser una herramienta de análisis y reflexión sobre la comunicación política en la era digital, proporcionando ejemplos reales y estrategias para abordar los desafíos actuales.

Además, busca contribuir al debate sobre la ética en la comunicación política y el periodismo, promoviendo una discusión sobre el uso responsable de la tecnología en la difusión de información. Se espera que esta obra sirva como una guía para estudiantes, periodistas y ciudadanos interesados en comprender y enfrentar la desinformación, fomentando un pensamiento crítico y el desarrollo de una sociedad más informada.

En el contexto global, donde las campañas electorales están cada vez más digitalizadas y la desinformación se ha convertido en un problema transnacional, este libro adquiere una relevancia fundamental. No solo analiza el impacto de TikTok y la inteligencia artificial en la política, sino que también ofrece soluciones y estrategias para hacer frente a los riesgos que estas herramientas representan para la democracia.

Con esta base teórica y práctica, el lector podrá desarrollar una comprensión más profunda de cómo la información moldea las percepciones políticas, qué riesgos implica el uso irresponsable de la tecnología y cómo se pueden generar campañas más transparentes y éticas en la era digital.

En la era digital, la comunicación política ha experimentado una transformación radical. Las redes sociales han democratizado el acceso a la información, permitiendo que candidatos, partidos y ciudadanos interactúen de manera inmediata y directa. Sin embargo, esta misma accesibilidad ha traído consigo desafíos sin precedentes, especialmente en lo que respecta a la difusión de noticias falsas, la manipulación informativa y los límites de la libertad de expresión en plataformas digitales.

En este contexto, TikTok ha surgido como una de las herramientas más influyentes en la comunicación política contemporánea. Su formato dinámico, basado en videos cortos con alto potencial de viralización, ha sido aprovechado por políticos y estrategias de marketing para conectar con audiencias jóvenes y moldear la opinión pública. No obstante, esta misma capacidad de alcance y persuasión ha sido utilizada para la

propagación de desinformación, la difamación de candidatos y la manipulación de discursos a través de herramientas avanzadas de inteligencia artificial, como los deepfakes y los audios sintéticos.

Este libro busca ser una guía esencial para los estudiantes de comunicación, periodistas y analistas políticos que deseen comprender a fondo el impacto de las redes sociales en la política y los peligros de la desinformación en la democracia. Más allá de describir el fenómeno, se propone una reflexión sobre la ética en el periodismo y la comunicación política, enfatizando la responsabilidad de los comunicadores en la era digital.

Paul Santiago Freire Sierra

INTRODUCCIÓN

Importancia de la comunicación política en la era digital

La comunicación política ha sido siempre un pilar fundamental en la construcción del poder y la gobernabilidad. Desde los discursos en plazas públicas hasta los debates televisivos, cada avance tecnológico ha redefinido la manera en que los líderes políticos se conectan con los ciudadanos. Sin embargo, la era digital ha generado una revolución sin precedentes en la forma de hacer política, eliminando muchas de las barreras tradicionales y permitiendo una comunicación más inmediata y directa.

Las redes sociales han cambiado las reglas del juego, ofreciendo a los políticos herramientas para difundir sus mensajes sin la intermediación de los medios tradicionales. Esta transformación ha traído consigo beneficios y desafíos: por un lado, permite una interacción más cercana con los votantes; por otro, ha facilitado la proliferación de desinformación, propaganda digital y estrategias de manipulación política. La importancia de la comunicación política en este contexto radica en su capacidad para:

- **Ampliar el acceso a la información:** Los ciudadanos pueden conocer las posturas, propuestas y debates políticos en tiempo real.
- **Fomentar la participación ciudadana:** A través de encuestas, comentarios y debates en línea, las redes han abierto un espacio de diálogo directo entre políticos y votantes.
- **Moldear la opinión pública:** La velocidad con la que se viraliza un mensaje puede determinar el éxito o fracaso de una candidatura.
- **Facilitar estrategias de campaña más segmentadas:** Gracias a los algoritmos y la recopilación de datos, los políticos pueden dirigir sus mensajes a públicos específicos con mayor precisión.

Sin embargo, el mal uso de la comunicación política digital ha generado problemas como la polarización, la manipulación con inteligencia artificial y la viralización de noticias falsas. Por ello, es imprescindible analizar cómo se están utilizando estas herramientas y reflexionar sobre los límites éticos en su aplicación.

Evolución de la comunicación y el marketing político en redes sociales

El marketing político ha evolucionado al ritmo de los avances tecnológicos en comunicación. Desde la radio hasta la televisión, cada medio de comunicación ha servido como un canal clave para influir en los votantes. Sin embargo, la llegada de Internet y las redes sociales se ha transformado por completo en las estrategias de campaña.

En sus inicios, las redes eran utilizadas como meros espacios de difusión de información, donde los políticos compartían sus actividades y propuestas. Sin embargo, con el desarrollo de algoritmos avanzados y la posibilidad de segmentar audiencias, el marketing político digital ha alcanzado un nivel de personalización nunca antes visto. Algunos hitos clave en la evolución del marketing político en redes incluyen:

- **Campaña de Barack Obama (2008):** Considerada la primera campaña que aprovechó las redes sociales (especialmente Facebook y Twitter) para movilizar votantes y recaudar fondos.

- Uso de microsegmentación en redes sociales (2016): Con el caso de Cambridge Analytica, se evidencia cómo el análisis de datos masivos podía ser utilizado para influir en la percepción de los votantes mediante anuncios personalizados.
- Ascenso de plataformas visuales (2019-2024): Instagram y TikTok han tomado un papel protagónico en la comunicación política, apelando a la viralidad y formatos de contenido más dinámicos.

Hoy en día, los políticos no solo compiten por votos, sino también por atención digital. Aquellos que entienden el funcionamiento de los algoritmos y la cultura de Internet logran captar audiencias más jóvenes y moldear tendencias de opinión. Sin embargo, esta hiperconectividad también ha facilitado la manipulación informativa, haciendo que los ciudadanos sean más vulnerables a noticias falsas y estrategias de propaganda.

¿Por qué TikTok se ha convertido en una plataforma clave en la política?

TikTok ha pasado de ser una aplicación de entretenimiento a convertirse en una herramienta de comunicación política de gran

impacto. Con más de 1,500 millones de usuarios activos en todo el mundo, la plataforma ha demostrado ser un espacio donde los políticos pueden conectarse con audiencias jóvenes y generar contenido de alta viralidad. Algunas razones que explican la influencia de TikTok en la política incluyen:

- **Formato visual y dinámico:** Los vídeos cortos permiten condensar mensajes políticos en pocos segundos, captando la atención del espectador de manera inmediata.
- **Algoritmo altamente personalizado:** A diferencia de otras plataformas, TikTok no muestra contenido en orden cronológico, sino que prioriza aquellos videos que generan más interacción. Esto ha permitido que políticos relativamente desconocidos alcancen millones de visualizaciones en poco tiempo.
- **Mayor interacción con los ciudadanos:** Los comentarios, duetos y reacciones permiten que los usuarios participen activamente en las conversaciones políticas.
- **Menor filtrado de contenido:** A diferencia de plataformas como Facebook y Twitter, donde la moderación de contenido es más estricta, TikTok ha enfrentado menos restricciones en la difusión de información, lo que ha

permitido la proliferación de discursos políticos sin tantos filtros.

Casos como el de Nayib Bukele en El Salvador, Gustavo Petro en Colombia o Emmanuel Macron en Francia han demostrado cómo TikTok se ha convertido en una herramienta clave para construir imagen pública y conectarse con jóvenes votantes. No obstante, su impacto no es exclusivamente positivo. También ha sido un canal para la desinformación, la manipulación con vídeos editados o falsificados y la difusión de teorías conspirativas.

Por esta razón, comprender el papel de TikTok en la comunicación política es esencial para analizar los nuevos desafíos que enfrenta la democracia en la era digital.

El poder de la información y la responsabilidad ética

La comunicación política no es solo una herramienta estratégica para alcanzar el poder; es también un compromiso con la verdad y la transparencia. La ética periodística y comunicacional exige que los profesionales del área comprendan el impacto de sus acciones y la importancia de difundir información verificada y confiable. En una sociedad hiperconectada, donde un rumor puede convertirse en una tendencia viral en cuestión de minutos,

los comunicadores tienen la responsabilidad de ser guardianes de la verdad y no instrumentos de manipulación.

A lo largo de la historia, la desinformación ha sido utilizada como un arma política para desacreditar adversarios, manipular la percepción pública y alterar resultados electorales. Hoy, con la llegada de herramientas tecnológicas avanzadas, la desinformación ha alcanzado un nivel de sofisticación sin precedentes. La inteligencia artificial permite la creación de videos y audios falsos que pueden hacer que un candidato "diga" cosas que nunca dijo, generando confusión y afectando gravemente la democracia.

Este libro analiza casos reales de desinformación en campañas políticas a nivel global, abordando ejemplos de cómo la manipulación informativa ha afectado procesos electorales en países como Estados Unidos, Brasil, Francia, México y Ecuador. Además, se examinará el impacto específico de TikTok en la comunicación política y el uso de inteligencia artificial para la generación de contenido falso.

La libertad de expresión y sus límites en la era digital

Uno de los dilemas más complejos que enfrentan las democracias modernas es determinar hasta dónde llega la libertad de expresión en Internet. Mientras que algunos argumentan que

cualquier intento de regular el contenido en redes sociales representa un atentado contra los derechos fundamentales, otros sostienen que es necesario establecer límites para evitar la propagación de discursos de odio, información falsa y manipulaciones mediáticas.

Las plataformas digitales han implementado mecanismos de control, como verificaciones de contenido y restricciones a la difusión de noticias falsas. Sin embargo, la regulación de la comunicación digital sigue siendo un terreno en disputa, donde la ética periodística y la responsabilidad comunicacional juegan un papel crucial.

Este libro busca proporcionar herramientas analíticas y reflexivas para que futuros comunicadores y periodistas no solo comprendan los desafíos actuales, sino que también se comprometan con una práctica ética, basada en la veracidad, la responsabilidad y el respeto por la democracia.

Un llamado a la reflexión y la acción

El avance tecnológico y la transformación digital no pueden ser excusas para el engaño y la manipulación informativa. Al contrario, deben ser oportunidades para fortalecer la transparencia, el pensamiento crítico y la confianza en los medios de comunicación.

A lo largo de los capítulos, se explorarán estrategias para combatir la desinformación, promover la verificación de datos y fomentar una comunicación política responsable. Además, se analizarán propuestas de regulación y se discutirá el papel de las grandes plataformas digitales en la lucha contra las fake news. Este libro no solo está dirigido a académicos y profesionales de la comunicación, sino también a ciudadanos interesados en comprender cómo la información que consumen influye en sus decisiones políticas y sociales. La única forma de combatir la manipulación es con conocimiento, y este texto pretende ser una herramienta en esa lucha por una comunicación más honesta y responsable.

Objetivos del libro

Este libro tiene como objetivo principal explorar el impacto de las redes sociales en la comunicación política y analizar los peligros asociados a la desinformación, especialmente en plataformas como TikTok. A través de un enfoque multidisciplinario, se busca:

- Comprender la evolución del marketing político digital y su influencia en la democracia.

- Analizar el papel de TikTok en la política y cómo ha transformado la comunicación electoral.
- Examinar casos reales de desinformación en campañas políticas de distintos países.
- Reflexionar sobre la ética en la comunicación digital y los desafíos de la libertad de expresión en Internet.
- Proponer estrategias para combatir la manipulación informativa y fortalecer la alfabetización digital.

Preguntas para reflexionar

Antes de adentrarse en los capítulos de este libro, es importante considerar las siguientes preguntas:

- 1) ¿Hasta qué punto las redes sociales han cambiado la forma en que se hace política?
- 2) ¿Cómo se pueden identificar y combatir las noticias falsas en plataformas como TikTok?
- 3) ¿Es posible regular la desinformación sin afectar la libertad de expresión?
- 4) ¿Qué responsabilidad tienen los periodistas y comunicadores en la lucha contra la desinformación?

5) ¿Cómo pueden los ciudadanos protegerse del contenido manipulado en redes sociales?

Estas preguntas servirán como guía para profundizar en la temática del libro y generar un pensamiento crítico sobre la comunicación política en tiempos de TikTok.

CAPÍTULO 1: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación política ha evolucionado drásticamente en las últimas décadas. Si bien antes los discursos políticos se centraban en mítines, debates televisivos y campañas puerta a puerta, el auge de las redes sociales ha cambiado la forma en que los políticos interactúan con los ciudadanos. Hoy en día, plataformas como Facebook, X (antes Twitter), Instagram y especialmente TikTok han redefinido el panorama político, permitiendo que los mensajes lleguen a millones de personas en cuestión de segundos y se viraliza en pocos días.

Sin embargo, esta digitalización de la política también ha traído desafíos significativos, como la proliferación de noticias falsas y la manipulación de la información para influir en la opinión pública. Ecuador no ha sido la excepción, pues en los últimos años se han registrado numerosos casos de desinformación que han afectado procesos electorales y la percepción de la ciudadanía

1.1 De los mítines tradicionales a las redes sociales: el nuevo escenario político

Durante la mayor parte del siglo XX y principios del XXI, la comunicación política se basaba en tres pilares fundamentales:

- **Mítines y discursos públicos:** Los políticos utilizaban plazas y eventos masivos para presentar sus propuestas y generar cercanía con los votantes.
- **Medios tradicionales:** La televisión, la radio y la prensa escrita dominaban el panorama comunicacional, sirviendo como intermediarios entre los políticos y la ciudadanía.
- **Publicidad política:** Los anuncios pagados en medios de comunicación eran una herramienta clave para reforzar los mensajes de campaña.

Sin embargo, con el auge de las redes sociales, los políticos han encontrado en estas plataformas un canal directo para comunicarse con los votantes, sin depender de los medios tradicionales. Esto les ha permitido controlar su narrativa, responder directamente a los ciudadanos y crear campañas más personalizadas

Un caso reciente de esta transformación es el uso de TikTok por parte de políticos en Ecuador y América Latina. Gustavo Petro (Colombia) y Nayib Bukele (El Salvador) han utilizado TikTok para conectarse con jóvenes votados, mientras que, en Ecuador,

varios candidatos han recurrido a esta plataforma para viralizar mensajes y responder críticas.

En las elecciones presidenciales de 2023, varios candidatos usaron TikTok para difundir sus propuestas y desmentir noticias falsas. Sin embargo, también se viralizaron videos manipulados con inteligencia artificial como deepfakes que distorsionaban discursos de ciertos aspirantes.

La comunicación política ha pasado de ser unidireccional a interactiva lo que ha aumentado la participación ciudadana pero también ha facilitado la manipulación de la información.

1.2 Características de la comunicación política en la era digital

El cambio de paradigma en la comunicación política ha traído consigo nuevas características que definen la forma en que se construye el discurso en el entorno digital:

- **Inmediatez:** Las redes sociales permiten que los mensajes lleguen a millones de personas en tiempo real. Sin embargo, esto también aumenta el riesgo de difusión de noticias falsas sin verificación.

- **Interacción directa:** Los ciudadanos pueden comentar, compartir y reaccionar a los discursos políticos, lo que fortalece la participación, pero también abre la puerta a campañas de desinformación organizadas.
- **Personalización del mensaje:** Gracias a los algoritmos de las plataformas digitales, los políticos pueden segmentar sus mensajes y dirigirlos a audiencias específicas. **Menos regulación** A diferencia de los medios tradicionales, las redes sociales tienen menos controles sobre la veracidad de la información difundida.

Un informe de Primicias en 2023 reveló que el 58% de los ecuatorianos lidia con información falsa a diario lo que indica la magnitud del problema de la desinformación en la política ecuatoriana [1]. Este fenómeno ha llevado a la creación de plataformas de verificación de datos, como el Repositorio de Noticias Falsas del CNE [2], que busca desmentir información errónea relacionada con procesos electorales. El papel de las plataformas sociales en la construcción de imagen pública.

Las redes sociales no solo sirven como herramientas de comunicación, sino que también son fundamentales en la

construcción de la imagen pública de los políticos. Las estrategias utilizadas incluyen:

- Uso de contenido emocional Los políticos suelen compartir momentos personales, discursos emotivos y causas sociales para generar empatía.
- Creación de tendencias virales Mediante desafíos, hashtags y videos originales, los líderes buscan posicionarse en la conversación digital.
- Control de crisis Cuando surgen escándalos o noticias falsas, las redes sociales se convierten en el espacio principal para aclaraciones y desmentidos.

En 2023, circularon noticias falsas sobre supuestos fraudes en el Consejo Nacional Electoral (CNE), lo que obligó a la entidad a emitir aclaraciones públicas para evitar la desinformación [2]¹. Además, en Guayaquil se identificaron tres noticias falsas virales

¹ El siguiente enlace fue creado por el Consejo Nacional Electoral del Ecuador para evitar las noticias falsas: <https://www.cne.gob.ec/repositorio-de-noticias-falsas/>

en una sola semana demostrando la rapidez con la que la desinformación se propaga en redes sociales [3].

1.3 El papel de los periodistas en la propagación de noticias falsas: ética, responsabilidad y consecuencias

En la era de la información digital, los periodistas tienen un papel crucial en la formación de la opinión pública y la difusión de conocimiento verificado. Sin embargo, el fenómeno de las noticias falsas o *fake news* ha puesto en cuestión la ética y la responsabilidad de algunos profesionales del periodismo que, por diversas razones, han contribuido a la difusión de desinformación. Las opiniones sobre estos periodistas son variadas y van desde la condena absoluta hasta el análisis de las presiones económicas y políticas que pueden influir en sus decisiones. Este ensayo explorará la percepción de los periodistas que apoyan las noticias falsas, las razones detrás de su comportamiento y las implicaciones que esto tiene en la sociedad.

Uno de los principales cuestionamientos que se hace a los periodistas que difunden información falsa es su falta de ética profesional. Según la UNESCO, el periodismo tiene el deber fundamental de proporcionar información veraz, contextualizada y basada en evidencia. Cuando los periodistas apoyan la difusión

de noticias falsas, ya sea de manera consciente o por falta de verificación adecuada, socavan la confianza en los medios de comunicación y generan confusión en la audiencia ([UNESCO](#)). Este tipo de prácticas no solo perjudican la credibilidad individual del periodista, sino que también erosionan la integridad del periodismo como institución.

Algunos analistas señalan que la difusión de noticias falsas por parte de periodistas no siempre es intencional, sino que puede estar influenciada por la presión del modelo económico de los medios de comunicación. En la actualidad, muchas plataformas dependen de la publicidad digital y del tráfico en redes sociales, lo que incentiva la producción de contenido viral por encima de la veracidad de la información. Investigaciones realizadas por la Universidad San Francisco de Quito sugieren que el auge de las noticias falsas está directamente relacionado con la necesidad de generar ingresos a través de clics y visitas, lo que lleva a algunos periodistas a priorizar el impacto mediático sobre la rigurosidad periodística. En este contexto, los periodistas pueden ser víctimas de un sistema que privilegia la inmediatez sobre la precisión.

No obstante, también existen casos en los que los periodistas apoyan conscientemente la difusión de noticias falsas con fines

políticos o ideológicos. La historia ha demostrado que la desinformación ha sido utilizada como herramienta para manipular la opinión pública, influir en elecciones y justificar conflictos bélicos. La BBC ha documentado múltiples casos en las que noticias falsas han sido empleadas para justificar intervenciones militares o desacreditar a opositores políticos. En este sentido, los periodistas que participan en la creación y difusión de este tipo de noticias son vistos como actores que traicionan los principios fundamentales de la profesión y contribuyen a la polarización de la sociedad.

Desde una perspectiva sociológica, el impacto de los periodistas que apoyan la desinformación es profundo y preocupante. Estudios de la Universidad Autónoma de Bucaramanga han demostrado que las noticias falsas pueden moldear la percepción de la realidad de las personas, generando una distorsión de los hechos y afectando el comportamiento social. Esto es particularmente peligroso en contextos de crisis, donde la información falsa puede generar pánico, violencia o decisiones basadas en datos erróneos. Por esta razón, muchos consideran que los periodistas que apoyan la difusión de noticias falsas deben ser responsabilizados por las consecuencias de sus acciones.

A pesar de la condena generalizada a los periodistas que difunden desinformación, algunos expertos proponen que es necesario analizar las causas estructurales que facilitan la propagación de noticias falsas en el periodismo. Según la Cámara de Comercio de Sevilla, el fenómeno de las *fake news* no solo es resultado de decisiones individuales, sino también de la falta de regulación en redes sociales, la crisis del modelo de negocio de los medios y la falta de formación crítica en la audiencia. En este sentido, en lugar de centrarse únicamente en castigar a los periodistas que difunden noticias falsas, algunos proponen una reforma en la manera en que se produce y consume la información.

CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DIGITALES DE COMUNICACIÓN

2.1 Estrategias de marketing político en entornos digitales

El marketing político digital se ha convertido en un factor clave para el éxito de las campañas. Entre las estrategias más utilizadas están:

- **Publicidad segmentada** A través de herramientas como Facebook Ads y Google Ads, los políticos pueden llegar a públicos específicos con mensajes personalizados.
- **Colaboraciones con influencers** Figuras públicas con gran audiencia en redes han sido utilizadas para amplificar mensajes de campaña.
- **Uso de inteligencia artificial** Se han desarrollado chatbots y sistemas automatizados para responder preguntas de respuesta y mejorar la interacción.
- **Fact-checking y desmentidos rápidos** Debido a la propagación de noticias falsas, muchas campañas han implementado equipos de verificación de datos en tiempo real.

Durante las elecciones de 2023, se detectó el uso de bots y campañas de desinformación automatizadas para influir en la opinión pública según informes de Fundamedios [4].

Estos desafíos evidencian la importancia de desarrollar estrategias de marketing político éticas y responsables que no solo se enfocan en la viralización de contenido, sino en la transparencia y veracidad de la información

La transformación digital de la comunicación política ha traído consigo enormes oportunidades, pero también riesgos significativos. Ecuador, al igual que otros países de la región, enfrenta un serio problema de desinformación lo que ha obligado a las autoridades ya los propios ciudadanos a estar más atentos a la veracidad de la información en redes sociales.

2.1.1 Publicidad Segmentada: La Precisión en la Comunicación Política

La publicidad segmentada es una de las herramientas más poderosas en las campañas políticas digitales. Gracias a plataformas como Facebook Ads y Google Ads, los candidatos pueden dirigir mensajes específicos a diferentes grupos de votantes según variables como ubicación, intereses, comportamiento en línea y datos demográficos.

¿Cómo Funciona la Publicidad Segmentada en la Política?

- **Definición del Público Objetivo:** Se analizan datos sobre la población votante para definir audiencias clave.
- **Creación de Mensajes Personalizados:** Se diseñan anuncios específicos para distintos grupos de votantes (jóvenes, adultos mayores, trabajadores, empresarios, etc.).
- **Optimización en Tiempo Real:** Las plataformas permiten analizar qué anuncios funcionan mejor y ajustar estrategias en tiempo real.

2.1.1.1 Definición del Público Objetivo: El Punto de Partida de una Campaña Exitosa

Una campaña política efectiva debe comenzar con una comprensión clara de su **público objetivo**. No se trata simplemente de identificar a los votantes, sino de conocer sus preocupaciones, valores, hábitos de consumo informativo y tendencias políticas.

¿Cómo se define el público objetivo?

- **Análisis Demográfico:** Se segmenta a los votados por edad, género, nivel educativo, ingresos y ubicación geográfica.

Esto permite diseñar estrategias diferenciadas para jóvenes, adultos mayores, trabajadores o empresarios.

- **Segmentación Psicográfica:** No todos los votados dentro de un mismo grupo demográfico piensan igual. Por ello, es crucial analizar valores, intereses y actitudes políticas. ¿Son progresistas o conservadores? ¿Priorizan la economía, la seguridad o el medio ambiente?
- **Comportamiento en Redes Sociales:** Las plataformas digitales permiten identificar **qué tipo de contenido consume cada segmento**, desde publicaciones en Facebook hasta videos en TikTok o debates en X (antes Twitter).

Durante la campaña presidencial de **Joe Biden en 2020**, su equipo utilizó herramientas de análisis de datos para identificar a votantes indecisos en estados clave como Pensilvania y Michigan. A través de anuncios específicos y mensajes adaptados, lograron movilizar a este grupo, asegurando una victoria ajustada en esos territorios.

2.1.2 Creación de Mensajes Personalizados: La Clave para Conectar con el Votante

Una vez definido el público objetivo, el siguiente paso es la **creación de mensajes adaptados a cada segmento**. No todos los recomendados responden de la misma manera a un discurso genérico, por lo que es necesario desarrollar contenidos diferenciados para cada grupo.

2.1.2.1 Tipos de Mensajes Personalizados

1) Para los jóvenes:

- Lenguaje informal y directo.
- Uso de memes y videos cortos en TikTok e Instagram.
- Temas de interés: empleo, educación, cambio climático.

2) Para los adultos mayores:

- Mensajes más formales y explicativos.
- Uso de Facebook y WhatsApp como canales principales.

- Enfoque en temas de salud, pensiones y seguridad social.

3) **Para los trabajadores y clase media:**

- Propuestas económicas claras y realistas.
- Vídeos testimoniales de personas con situaciones similares.
- Canales preferidos: Facebook, YouTube y anuncios en Google.

4) **Para empresarios y sectores de alto poder adquisitivo:**

- Datos concretos sobre crecimiento económico.
- Eventos exclusivos y networking.
- Publicidad en LinkedIn y medios especializados.

En las elecciones presidenciales de Emmanuel Macron en Francia (2017 y 2022), su equipo utilizó mensajes altamente segmentados para atraer tanto a jóvenes progresistas votantes como a empresarios conservadores. A través de videos dirigidos a cada grupo, logró consolidar su apoyo en sectores estratégicos.

2.1.3 Optimización en Tiempo Real: Adaptabilidad en la Campaña Digital

Uno de los mayores avances en la comunicación política es la posibilidad de ajustar estrategias en tiempo real. Las plataformas digitales permiten medir el rendimiento de cada anuncio, identificando cuáles generan mayor interacción y cuáles necesitan modificaciones.

2.1.3.1 Herramientas Clave para la Optimización

1) Google Ads y Facebook Ads:

- Muestran métricas como tasa de clics, conversiones y alcance.
- Permiten cambiar imágenes, textos y segmentación en tiempo real.

2) Inteligencia Artificial y Aprendizaje Automático:

- Analizan el comportamiento de los propensos y predicen tendencias.
- Ajustan automáticamente los anuncios para mejorar su efectividad.

3) Monitoreo de Redes Sociales:

- Detecta conversaciones en tiempo real para adaptar el discurso político.
- Permite responder a críticas o ataques con rapidez.

En las elecciones de Donald Trump en 2016, su equipo digital utilizó más de 5,9 millones de variaciones de anuncios en Facebook, ajustándolos según la respuesta del público. Este nivel de personalización y optimización le permitió detectar indecisos en tiempo récord.

Barack Obama (2008 y 2012): Su equipo utilizó anuncios segmentados para dirigir mensajes a jóvenes y minorías.

Ecuador (2023): Los candidatos utilizaron TikTok y Facebook para lanzar mensajes a distintos segmentos de la población, aprovechando la publicidad geolocalizada.

La publicidad segmentada también ha sido objeto de críticas, especialmente cuando se utilizan datos de usuarios sin su consentimiento o cuando los anuncios promueven desinformación o polarización. El escándalo de Cambridge Analytica en 2016 evidencia los peligros del uso indebido de datos en campañas políticas.

2.1.4 Colaboraciones con Influencers: La Nueva Voz de la Política

Los influencers han cobrado una importancia significativa en la política moderna. Su capacidad para llegar a audiencias específicas los convierte en actores clave en las campañas electorales.

¿Por Qué los Influencers son Claves en la Política?

- **Autenticidad y Confianza:** Los seguidores perciben a los influencers como figuras cercanas y confiables.
- **Segmentación Natural:** Cada influencer tiene un público definido, lo que facilita dirigir mensajes a audiencias específicas.
- **Mayor Alcance y Engagement:** Los influencers generan mayor interacción que las cuentas oficiales de los políticos.

2.1.5 Uso de Inteligencia Artificial en Campañas Políticas

La inteligencia artificial (IA) ha revolucionado la manera en que los políticos interactúan con los partidarios y optimizan sus estrategias. Desde el uso de chatbots hasta la generación de contenido automatizado, la IA ha demostrado ser una herramienta poderosa.

2.1.6 Aplicaciones Claves de la IA en la Política

- **Chatbots y Asistentes Virtuales:** Responden preguntas frecuentes de los participantes en plataformas como WhatsApp y Messenger.
- **Análisis de Sentimientos:** Detectan el estado de ánimo de los votantes en redes sociales para ajustar mensajes de campaña.
- **Generación de Contenido:** Creación automatizada de mensajes, discursos y publicaciones en redes.
- **Predicción de Resultados:** Algoritmos avanzados pueden analizar tendencias y prever escenarios electorales.

Ejemplos de uso en la política

- **Donald Trump (2020):** Su equipo utilizó IA para analizar las emociones de los votantes y ajustar mensajes en tiempo real.
- **Francia (2022):** Campañas presidenciales implementaron IA para personalizar las interacciones con los ciudadanos.

- Ecuador (2023): Algunos candidatos usaron chatbots para interactuar con respuesta a través de WhatsApp y redes sociales.

2.1.7 Principales críticas a la IA

- Manipulación electoral: El uso de IA puede ser aprovechado para difundir noticias falsas o manipular percepciones.
- Privacidad y Seguridad: El acceso a datos personales para personalizar mensajes puede representar un riesgo para la privacidad.
- Deepfakes y Desinformación: La IA ha sido utilizada para generar videos falsos de candidatos diciendo cosas que nunca dijeron.
- Fact-Checking y Desmentidos Rápidos: Lucha Contra las Fake News.

La propagación de noticias falsas es uno de los mayores desafíos en la comunicación política digital. Las campañas han implementado equipos de verificación de datos en tiempo real para combatir la desinformación.

2.2 Fact-Checking en la Política

- **Monitoreo de Redes:** Se analizan tendencias en redes sociales para identificar noticias falsas.
- **Verificación de Fuentes:** Se comparan datos con fuentes confiables para determinar la veracidad de la información.
- **Respuesta Rápida:** Se publican desmentidos y aclaraciones antes de que la noticia falsa se viralice.

Ejemplos de Fake News en Política

- **Brasil (2022):** Se difundieron noticias falsas sobre supuestos fraudes en las elecciones.
- **Estados Unidos (2020):** Teorías conspirativas sobre fraude electoral circularon ampliamente en redes.
- **Ecuador (2023):** Videos deepfake alteraron discursos de candidatos para perjudicar su imagen.

El fact-checking es esencial para preservar la integridad de los procesos democráticos, pero enfrenta desafíos como la velocidad de propagación de la desinformación y la falta de alfabetización mediática en la población.

2.2.1 El Fact-Checking en la Era Digital: Herramientas, Plataformas y su Impacto en la Democracia

En un mundo donde la información circula a una velocidad sin precedentes, la verificación de datos se ha convertido en una necesidad fundamental para garantizar la calidad y veracidad de los contenidos que consumimos. La proliferación de noticias falsas, la manipulación informativa y la desinformación representan desafíos significativos para la sociedad moderna, afectando la confianza en las instituciones y la estabilidad de la democracia.

En este contexto, diversas herramientas y plataformas han surgido con el objetivo de combatir la desinformación y promover el acceso a información verificada. Entre estas herramientas se encuentran las desarrolladas por gigantes tecnológicos como Google y Facebook, así como plataformas independientes de fact-checking como Lupa, Snopes y Chequeado. La existencia de estos mecanismos no solo permite la identificación de noticias falsas, sino que también contribuye al fortalecimiento del periodismo de calidad y la construcción de una ciudadanía más informada y crítica.

2.2.2 Herramientas y Plataformas de Fact-Checking

El fact-checking, o verificación de hechos, es una práctica periodística que consiste en la revisión minuciosa de datos, afirmaciones y noticias con el propósito de confirmar su veracidad. Su importancia ha crecido exponencialmente en los últimos años debido al auge de las redes sociales y la facilidad con la que la información se viraliza sin ser sometida a un escrutinio riguroso. Las plataformas de verificación se han convertido en un pilar esencial en la lucha contra la desinformación, utilizando metodologías específicas para contrastar fuentes, analizar el contenido y etiquetar las noticias según su grado de veracidad.

Diversas organizaciones han desarrollado sus propias estrategias para combatir la desinformación, implementando herramientas avanzadas que permiten detectar contenido falso o engañoso. En América Latina, por ejemplo, el auge del fact-checking ha sido impulsado por la necesidad de garantizar información veraz en un contexto de crisis política y social. Un estudio de la Fundación Konrad Adenauer destaca que la proliferación de estas plataformas en la región ha fortalecido la rendición de cuentas y el debate público basado en datos verificables.

2.2.3 Herramientas de Verificación de Datos de Google

Google, como una de las principales puertas de acceso a la información en línea, ha desarrollado diversas herramientas para ayudar a los usuarios a identificar y evaluar la veracidad de los contenidos que encuentran en Internet. Una de las iniciativas más destacadas es el "Fact Check Explorer", una plataforma que recopila verificaciones de datos realizadas por organizaciones especializadas en todo el mundo. Esta herramienta permite a los usuarios buscar afirmaciones específicas y comprobar si han sido algunas a un proceso de fact-checking por parte de fuentes confiables.

Otra función relevante de Google es su sistema de etiquetas en los resultados de búsqueda y en Google News. Cuando un contenido ha sido verificado por una organización de verificación de datos reconocida, Google lo resalta con una etiqueta que informa al usuario sobre el grado de veracidad del contenido. Además, la compañía ha desarrollado alianzas con medios de comunicación y organizaciones de verificación de datos para mejorar la precisión de sus algoritmos y evitar la proliferación de información falsa en sus plataformas.

Además, Google ha impulsado iniciativas como Google News Initiative, cuyo objetivo es fortalecer el periodismo de calidad mediante la capacitación de periodistas en técnicas de verificación digital. Esta iniciativa proporciona herramientas y recursos para que los medios de comunicación puedan identificar noticias falsas y mejorar la precisión de sus reportajes.

2.2.4 Programa de Verificación de Datos de Terceros de Facebook

Facebook, una de las redes sociales más influyentes a nivel global, ha sido duramente criticada por su papel en la difusión de noticias falsas y desinformación. Para hacer frente a este problema, la compañía implementó un programa de verificación de datos de terceros, el cual colabora con organizaciones independientes de fact-checking para evaluar la veracidad del contenido publicado en su plataforma.

Este programa funciona de la siguiente manera: cuando una publicación es marcada como potencialmente falsa por los usuarios o por los algoritmos de Facebook, es enviada a los verificadores de datos asociados, quienes analizan la información y la califican según su grado de veracidad. Si un contenido es determinado como falso, Facebook reduce su alcance en la

plataforma y añade una advertencia para que los usuarios sean conscientes de que la información ha sido desacreditada.

La efectividad de este programa ha sido objeto de debate, si bien ha logrado disminuir la propagación de noticias falsas, también ha sido criticado por su falta de transparencia en algunos procesos y por la dificultad de moderar la enorme cantidad de contenido que se comparte diariamente en la plataforma. No obstante, representa un esfuerzo significativo en la lucha contra la desinformación y ha servido como modelo para otras redes sociales que buscan implementar estrategias similares.

2.2.5 Plataformas de Verificación: Lupa, Snopes y Chequeado

Además de las iniciativas impulsadas por gigantes tecnológicos, existen plataformas independientes de fact-checking que han ganado reconocimiento por su labor en la verificación de información. Entre ellas destacan Lupa, Snopes y Chequeado, cada una con su propia metodología y enfoque.

Lupa es una plataforma brasileña de fact-checking que se especializa en la verificación de discursos políticos, afirmaciones en redes sociales y noticias virales. Su metodología se basa en un análisis detallado de fuentes y en la contextualización de la

información, permitiendo a los usuarios acceder a una evaluación objetiva de los datos.

Por su parte, Snopes es una de las plataformas de verificación más antiguas y reconocidas a nivel mundial. Fundada en 1994, se ha consolidado como una fuente confiable para desmentir rumores, teorías conspirativas y noticias falsas. Su impacto ha sido particularmente relevante en Estados Unidos, donde ha desempeñado un papel clave en la identificación de desinformación durante procesos electorales y eventos de relevancia global.

En el ámbito hispanohablante, Chequeado se ha posicionado como una de las principales plataformas de fact-checking en América Latina. Con sede en Argentina, esta organización se dedica a la verificación del discurso público, la evaluación de noticias virales y la educación mediática de la ciudadanía. Su impacto ha sido ampliamente reconocido y ha servido como referente para la creación de otras iniciativas similares en la región.

2.2.6 Impacto en la democracia

La proliferación de herramientas y plataformas de verificación de datos tiene un impacto directo en la calidad del debate público y en la estabilidad de la democracia. La desinformación representa

una amenaza para los sistemas democráticos, ya que distorsiona la percepción de la realidad, influye en la toma de decisiones de los ciudadanos y socava la confianza en las instituciones.

El fact-checking contribuye a la transparencia y la rendición de cuentas al permitir que los ciudadanos accedan a información precisa y verificada. Además, promueve el pensamiento crítico y ayuda a combatir la manipulación informativa utilizada con multas políticas o económicas. Un estudio publicado en *Revista de Comunicación* señala que el periodismo de verificación se ha convertido en una estrategia esencial para contrarrestar los efectos de la desinformación y fortalecer la participación democrática.

No obstante, el fact-checking también enfrenta desafíos importantes. La polarización política, la desconfianza en los medios de comunicación y la rapidez con la que la información circula en redes sociales dificultan la tarea de los verificadores de datos. Además, algunos sectores han intentado desacreditar a las plataformas de verificación, acusándolas de parcialidad o censura.

A pesar de estos desafíos, la verificación de datos sigue siendo una herramienta fundamental para la protección de la democracia. La labor de los fact-checkers, sumada a la responsabilidad de las grandes plataformas digitales y al compromiso de los ciudadanos

en la búsqueda de información veraz, es clave para la construcción de una sociedad más informada y resistente a la desinformación.

2.3 Riesgos y dilemas éticos

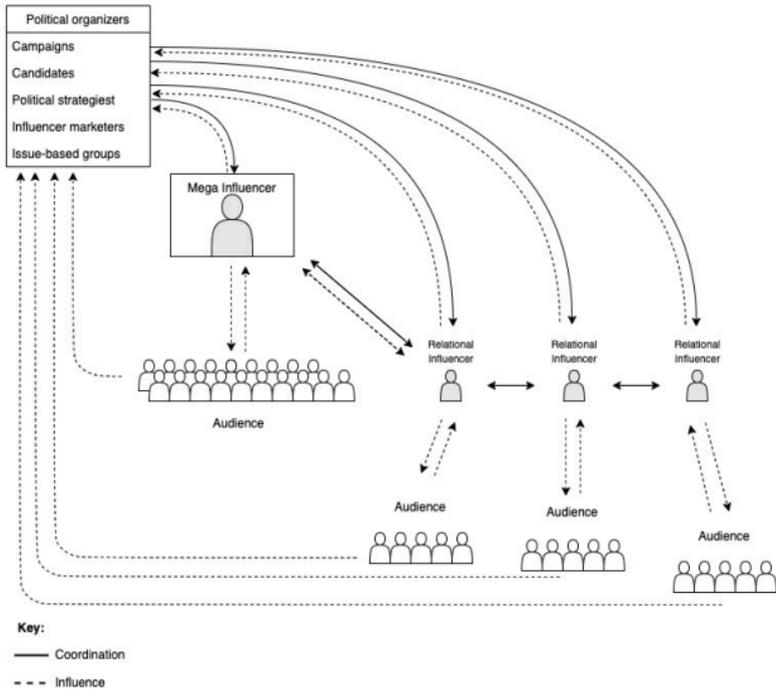
2.3.1 Publicidad Encubierta: Entre la Convicción y el Interés Económico

En la era digital, los influencers han adquirido un rol clave en la comunicación política, pero su participación a menudo genera dudas sobre su autenticidad. Muchos de ellos promocionan candidatos o partidos sin dejar claro si su apoyo es genuino o resultado de un acuerdo comercial. Esta publicidad encubierta puede influir en la percepción pública sin que los seguidores sean plenamente conscientes de que están siendo persuadidos de manera intencional [5].

En algunos países, las regulaciones exigen que los creadores de contenido se revelen cuando están siendo pagados por promover productos o ideologías. Sin embargo, en el ámbito político, estas normas aún son poco estrictas, lo que permite que algunos influencers actúen como agentes de propaganda sin transparencia. Esto puede distorsionar el debate público y recomendaciones de hacer que los votados confíen en que, en realidad, podrían estar

motivadas por incentivos económicos en lugar de una convicción política genuina [6].

Figura 1. Modelo de comunicación de influencers y audiencias



Nota: Tomado de Goowin [12].

El gráfico representa un modelo de influencia política en redes sociales, destacando la relación entre actores políticos, influencers y audiencias. En la parte superior, se encuentran los actores

políticos clave, como organizadores, campañas, candidatos, estrategias, mercadólogos e iniciativas temáticas.

Estos actores coordinan con un mega influencer, quien tiene una audiencia masiva y actúa como el principal difusor del mensaje.

Distribución de la Influencia:

- El mega influencer influye directamente en su audiencia y en influencers relacionales, quienes a su vez amplifican el mensaje a nichos más pequeños.
- Los influencers se relacionan también interactúan entre sí, generando un ecosistema de influencia descentralizada.

Doble dinámica:

- Coordinación (líneas sólidas): Representa la comunicación estratégica desde los actores políticos hacia los influencers.
- Influencia (líneas punteadas): Muestra el impacto de los influencers en sus respectivas audiencias.

El modelo refleja cómo la comunicación política en redes sociales se estructura en capas, usando mega influencers para

amplificar mensajes y microinfluencers para generar credibilidad y conexión con distintos públicos.

2.3.2 Desinformación: Influencers y la Propagación de Noticias Falsas

Los influencers no solo amplifican mensajes políticos, sino que en algunos casos contribuyen a la propagación de desinformación. Muchas noticias se comparten sin verificar su veracidad, difundiendo información errónea que puede influir en la opinión pública. Esto se debe, en parte, a la presión de generar contenido viral y al sesgo de confirmación, donde solo se comparten datos que refuerzan una postura ideológica sin importar si son verídicos [7].

Estudios han demostrado que ciertos influencers, ya sea por convicción o interés económico, han promovido teorías conspirativas o narrativas falsas para deslegitimar procesos electorales. Un ejemplo de esto ocurrió en las elecciones presidenciales de EE. UU. en 2020, donde varios creadores de contenido promovieron la idea de un supuesto fraude electoral sin pruebas reales [8].

El problema se agrava cuando los algoritmos de plataformas como TikTok, Instagram o YouTube priorizan este tipo de contenido debido a su alto nivel de interacción. La viralización de

noticias falsas no solo desinforma a la población, sino que también polariza el debate público y genera desconfianza en las instituciones [9].

2.3.3 Manipulación Emocional: La Política del Sentimiento

Uno de los métodos más efectivos que los influencers utilizan en la política es la manipulación emocional. En lugar de basarse en argumentos racionales o datos objetivos, muchos mensajes están diseñados para generar miedo, indignación o esperanza. La psicología ha demostrado que los seres humanos toman decisiones más influenciados por emociones que por razonamientos lógicos, lo que hace que este tipo de estrategias sean altamente efectivas [10].

Los discursos políticos en redes sociales a menudo apelan a emociones fuertes, presentando escenarios extremos para movilizar a la audiencia. Frases como “Si este candidato gana, el país colapsará” o “Solo nosotros podemos salvar la nación” son ejemplos de cómo se juega con la percepción de la realidad. Esta manipulación puede influir en el comportamiento electoral, llevando a los votantes a actuar impulsivamente en lugar de analizar propuestas de manera objetiva.

El rol de los influencers en la política es una herramienta de gran alcance, pero su impacto puede ser problemático cuando la falta de transparencia, la desinformación y la manipulación emocional se convierten en prácticas habituales. Es fundamental fomentar un consumo crítico de la información en redes sociales y promover regulaciones que exijan mayor responsabilidad a quienes participan en la comunicación política digital.

2.4 Casos de Uso en Campañas Políticas

España (2023): Partidos políticos colaboraron con streamers y tiktokers para llegar a votar jóvenes.

México (2018 y 2024): Andrés Manuel López Obrador y otros candidatos han utilizado a influencers para promover sus mensajes.

Ecuador (2023): La campaña de Daniel Noboa aprovechó el impacto de figuras de redes sociales para difundir su mensaje.

2.4.1 Caso Cambridge Analytica

El escándalo de Cambridge Analytica fue una de las mayores controversias relacionadas con el uso indebido de datos personales en campañas políticas [11]. Esta empresa británica de análisis de datos obtuvo información de millones de usuarios de Facebook sin

su consentimiento, con el objetivo de influir en procesos electorales clave como la elección presidencial de Donald Trump en 2016 y la campaña del Brexit en el Reino Unido [12].

La filtración de datos ocurrió a través de una aplicación de Facebook llamada "This Is Your Digital Life", creada por el investigador Aleksandr Kogan. Esta aplicación recopilaba información no solo de quienes la descargaban, sino también de sus amigos en la red social. De esta manera, Cambridge Analytica logró acceder a los datos personales de aproximadamente 87 millones de personas sin que ellas lo supieran [13].

Con estos datos, la empresa creó perfiles psicológicos de votantes, permitiendo a las campañas políticas diseñar anuncios hiper segmentados. Estos mensajes se dirigieron específicamente a grupos de votantes indecisos o influenciables, utilizando técnicas de manipulación emocional y desinformación. La campaña de Donald Trump en 2016 utilizó estos métodos para impactar a voto clave en estados indecisos, mientras que en el Reino Unido, la campaña del Brexit empleó tácticas similares para movilizar apoyo a favor de la salida de la Unión Europea [12], [14].

El escándalo salió a la luz en 2018, cuando el denunciante Christopher Wylie, exanalista de Cambridge Analytica, reveló la

magnitud de la manipulación en una investigación del periódico The Guardian. Esto desató una crisis global sobre la privacidad digital y la ética en el uso de datos personales. Como consecuencia, Cambridge Analytica cerró sus operaciones, Facebook fue multado con 5.000 millones de dólares por la Comisión Federal de Comercio (FTC) de EE. UU. y se implementaron nuevas regulaciones para la protección de datos en plataformas digitales.

Este caso evidencia el poder de los datos personales en la política y generó un debate mundial sobre la necesidad de mayor transparencia en la recopilación y uso de información en internet [13].

2.4.2 El Caso de los Cartones de Tamaño Real de Daniel Noboa en Ecuador

Durante la campaña presidencial de Daniel Noboa en 2023, una de las estrategias más llamativas fue el uso de figuras de cartón de tamaño real con la imagen del candidato. Estos "Noboa de cartón" se convirtieron en un fenómeno viral en redes sociales y en las calles de Ecuador, generando tanto apoyo como controversia.

Inicialmente, se imprimieron 20.000 figuras de cartón, las cuales fueron colocadas en postes y distribuidas en caravanas políticas. Sin embargo, debido a su popularidad, el equipo de

campana tuvo que producir 40,000 más, ya que muchas fueron "secuestradas" por simpatizantes que querían llevárselas a sus casas como recuerdo [15].

Esta estrategia de marketing político no solo generó visibilidad para Noboa, sino que también permitió simbolizar su presencia en lugares donde no podía estar básicamente. En caravanas y eventos, los cartones eran utilizados como sustitutos del candidato, permitiendo a los ciudadanos tomarse fotos con ellos, reforzando así la cercanía con los partidarios [15].

La táctica fue tan efectiva que los "Noboa de cartón" se convirtieron en un ícono de la campaña y marcaron un hito en la política ecuatoriana, demostrando cómo una estrategia simple y visual puede generar gran impacto en la era digital [16].

Este capítulo ha demostrado cómo las redes han modificado la forma en que los políticos se comunican, construyen su imagen pública y desarrollan estrategias de campaña. Sin embargo, también ha quedado claro que las noticias falsas y la manipulación digital representan una amenaza para la democracia por lo que es fundamental promover la alfabetización mediática y fortalecer los mecanismos de verificación de datos.

Las campañas políticas han cambiado drásticamente con el avance de la tecnología. La publicidad segmentada, el uso de influencers, la inteligencia artificial y el fact-checking han transformado la manera en que los políticos interactúan con los ciudadanos.

Si bien estas herramientas han permitido mejorar la precisión de los mensajes y fortalecer la participación electoral, también han planteado desafíos en términos de ética, privacidad y desinformación. La clave está en encontrar un equilibrio entre el uso de la tecnología y el respeto por la transparencia y la democracia.

Estas falsificaciones generaron confusión entre los votantes y llevaron a los equipos de campaña de varios candidatos a publicar desmentidos oficiales en sus redes sociales.

Las elecciones de 2023 en Ecuador demostraron el enorme impacto de TikTok en la comunicación política. Desde figuras políticas establecidas como Guillermo Lasso, que se convirtieron en un meme con sus zapatos rojos, hasta influencers como Herbas, que utilizaron el humor para analizar la coyuntura política, la plataforma se consolidó como un espacio clave para el debate electoral y la construcción de imagen pública.

Sin embargo, el crecimiento de TikTok como herramienta política también abrió la puerta a la manipulación digital y la desinformación, con deepfakes y videos editados que distorsionaban la realidad y buscaban influir en los presionados. La experiencia de Ecuador en 2023 muestra la necesidad de educar a la ciudadanía sobre el impacto de la inteligencia artificial en la política y reforzar los mecanismos de verificación de información en redes sociales.

CAPÍTULO 3: TIKTOK COMO HERRAMIENTA DE PROPAGANDA POLÍTICA

3.1 TikTok: Una Plataforma en Crecimiento

TikTok, lanzada en 2016 por la empresa china ByteDance, se ha convertido en una de las redes sociales más populares del mundo, con más de **1.500 millones de usuarios activos** en 2023. Su éxito radica en su formato de videos cortos, que van desde 15 segundos hasta 3 minutos, y en su algoritmo altamente personalizado, que muestra contenido basado en las preferencias y el comportamiento del usuario. Esta combinación de brevedad y personalización ha hecho que TikTok sea especialmente atractivo para las generaciones más jóvenes, quienes consumen y comparten contenido a un ritmo sin precedentes.

Sin embargo, esta misma viralidad y falta de filtros rigurosos han convertido a TikTok en un caldo de cultivo para la desinformación. A diferencia de plataformas como Facebook o Twitter, donde la moderación de contenido es más estricta (aunque no perfecta), TikTok ha enfrentado críticas por su aparente incapacidad para controlar la propagación de información falsa. Además, su algoritmo prioriza el contenido que genera más interacción, lo que significa que los videos

sensacionalistas, engañosos o falsos tienen más probabilidades de volverse virales.

3.2 TikTok y la Desinformación en el Mundo y Ecuador: Los Daños que ha Causado

En la era digital, las redes sociales se han convertido en herramientas fundamentales para la comunicación, el entretenimiento y la difusión de información. Sin embargo, también han surgido como plataformas propicias para la propagación de desinformación, un fenómeno que ha alcanzado niveles alarmantes en los últimos años. Entre estas plataformas, TikTok ha emergido como una de las más influyentes, especialmente entre los jóvenes, gracias a su formato de videos cortos y altamente virales. Aunque TikTok ha democratizado el acceso a la información y ha permitido que millones de personas compartan sus ideas y creatividad, también se ha convertido en un vehículo para la difusión de noticias falsas, teorías conspirativas y contenido manipulado. Este fenómeno no solo afecta a nivel global, sino que también tiene un impacto significativo en países como Ecuador, donde la desinformación ha influido en procesos políticos, sociales y culturales.

En este análisis, exploraremos cómo TikTok ha sido utilizado como herramienta de desinformación en el mundo y en Ecuador, los daños que ha causado y las posibles soluciones para mitigar este problema. Desde la manipulación de elecciones hasta la propagación de teorías conspirativas que afectan la salud pública, la desinformación en TikTok representa un desafío urgente para la sociedad, los gobiernos y las plataformas digitales.

3.3 La Desinformación en TikTok a Nivel Global

La desinformación en TikTok no es un problema aislado; es un fenómeno global que ha afectado a países en todos los continentes. A continuación, se analizan algunos de los casos más destacados y los daños que han causado.

3.3.1 Impacto en la Sociedad y la Cultura

La desinformación en TikTok también ha tenido un impacto en la sociedad y la cultura ecuatoriana. Por ejemplo, se han difundido videos que promueven estereotipos raciales o de género, o que distorsionan la historia y la identidad cultural del país. Estos contenidos no solo refuerzan prejuicios, sino que también contribuyen a la división social.

3.3.2 Teorías Conspirativas y Salud Pública

Uno de los ámbitos más afectados por la desinformación en TikTok es la salud pública. Durante la pandemia de COVID-19, la plataforma se inundó de videos que promovían teorías conspirativas sobre el origen del virus, la efectividad de las vacunas y los tratamientos médicos. Por ejemplo, circulaban videos que afirmaban que las vacunas contenían microchips para controlar a la población o que el virus era un invento de las élites para imponer medidas autoritarias.

Estas narrativas falsas no solo generaron confusión, sino que también tuvieron consecuencias graves. En varios países, incluidos Estados Unidos y Brasil, la desinformación sobre las vacunas llevó a una disminución en las tasas de vacunación, lo que a su vez contribuyó a la propagación del virus y a la saturación de los sistemas de salud. Además, muchas personas recurrieron a tratamientos no probados o peligrosos, como el uso de ivermectina o dióxido de cloro, basándose en información falsa difundida en TikTok.

3.3.3 Manipulación Política y Elecciones

TikTok también ha sido utilizado como herramienta de manipulación política en varios países. Durante las elecciones

presidenciales de Estados Unidos en 2020, por ejemplo, se difundieron videos falsos que afirmaban que Joe Biden había cometido fraude electoral o que Donald Trump había ganado abrumadoramente. Estos videos, aunque desmentidos por verificadores de datos, alcanzaron millones de visualizaciones y contribuyeron a la polarización y la desconfianza en el sistema electoral.

En Europa, TikTok ha sido utilizado por grupos extremistas y actores extranjeros para difundir propaganda política y desinformación. En Alemania, por ejemplo, se han identificado cuentas que promueven narrativas de extrema derecha, como la negación del cambio climático o la difusión de teorías conspirativas sobre la inmigración. Estas narrativas no solo polarizan a la sociedad, sino que también pueden influir en los resultados electorales y debilitar la democracia.

3.3.4 Desinformación en Conflictos Internacionales

TikTok también ha jugado un papel en la difusión de desinformación durante conflictos internacionales. Durante la invasión rusa de Ucrania en 2022, la plataforma se llenó de videos que distorsionaban los hechos o promovían narrativas pro-rusas. Algunos videos afirmaban que Ucrania había provocado la guerra

o que las imágenes de ataques a civiles eran falsas. Esta desinformación no solo confundió a los usuarios, sino que también sirvió como herramienta de propaganda para justificar la invasión.

3.3.5 La Desinformación en TikTok en Ecuador

En Ecuador, TikTok ha ganado popularidad rápidamente, especialmente entre los jóvenes. Sin embargo, al igual que en otros países, la plataforma ha sido utilizada para difundir desinformación, con consecuencias significativas en la política, la salud y la sociedad.

3.3.6 Desinformación en Procesos Electorales

Uno de los ámbitos más afectados por la desinformación en TikTok en Ecuador ha sido la política. Durante las elecciones presidenciales de 2023, la plataforma se convirtió en un campo de batalla para la difusión de noticias falsas y videos manipulados. Por ejemplo, circularon videos que afirmaban que ciertos candidatos habían cometido actos de corrupción o que habían hecho promesas falsas. Estos videos, aunque desmentidos por verificadores de datos, alcanzaron millones de visualizaciones y generaron confusión entre los votantes.

Además, se utilizaron técnicas avanzadas de manipulación, como los **deepfakes**, para crear videos falsos en los que los candidatos aparecían diciendo cosas que nunca habían dicho. Estos videos no solo dañaron la reputación de los candidatos, sino que también afectaron la percepción pública y el debate electoral.

3.3.7 Desinformación sobre Salud y Seguridad

La desinformación en TikTok también ha afectado la salud pública en Ecuador. Durante la pandemia de COVID-19, circularon videos que promovían tratamientos no probados o que desacreditaban las vacunas. Estas narrativas falsas generaron desconfianza hacia las autoridades sanitarias y contribuyeron a la reticencia vacunal en algunas comunidades.

Además, TikTok ha sido utilizado para difundir noticias falsas sobre temas de seguridad, como supuestos ataques terroristas o secuestros. Estos videos, aunque falsos, generaron pánico en la población y llevaron a la toma de decisiones basadas en información errónea.

3.3.8 Los Daños Causados por la Desinformación en TikTok

La desinformación en TikTok ha causado daños significativos a nivel global y en Ecuador. Algunos de los más destacados incluyen:

- 1) **Erosión de la Confianza en las Instituciones:** La difusión de noticias falsas ha generado desconfianza hacia las instituciones democráticas, como los gobiernos, los medios de comunicación y los sistemas electorales. Esto debilita la democracia y dificulta la gobernabilidad.
- 2) **Polarización Social y Política:** La desinformación suele estar diseñada para apelar a las emociones y reforzar los sesgos existentes, lo que contribuye a la polarización de la sociedad. Esto puede llevar a conflictos sociales y políticos, como se ha visto en varios países.
- 3) **Impacto en la Salud Pública:** La desinformación sobre temas de salud, como las vacunas o los tratamientos médicos, ha tenido consecuencias graves, incluyendo la disminución de las tasas de vacunación y la adopción de prácticas peligrosas.

- 4) **Manipulación del Comportamiento Electoral:** La desinformación puede influir en el comportamiento de los votantes, llevándolos a tomar decisiones basadas en información falsa o engañosa. Esto afecta la integridad de los procesos democráticos.
- 5) **Daño a la Reputación de Individuos y Organizaciones:** Los videos falsos o manipulados pueden dañar la reputación de personas, empresas o instituciones, lo que puede tener consecuencias económicas y sociales.

3.4 Posibles Soluciones a la desinformación en Tik Tok

Para combatir la desinformación en TikTok, es necesario un enfoque multifacético que involucre a las plataformas digitales, los gobiernos, los medios de comunicación y la sociedad civil. Algunas posibles soluciones incluyen:

- 1) **Mayor Moderación de Contenido:** TikTok debe implementar medidas más estrictas para identificar y eliminar contenido falso o engañoso. Esto incluye el uso de inteligencia artificial y la colaboración con verificadores de datos.

- 2) **Educación Digital:** Es esencial promover la alfabetización mediática entre los usuarios, enseñándoles a identificar noticias falsas y a verificar fuentes de información.
- 3) **Regulación Gubernamental:** Los gobiernos deben establecer marcos legales que obliguen a las plataformas digitales a combatir la desinformación, sin comprometer la libertad de expresión.
- 4) **Colaboración entre Plataformas y Medios:** Las plataformas digitales deben trabajar con medios de comunicación y organizaciones de verificación de datos para desmentir noticias falsas y promover información confiable.

TikTok, con su formato atractivo y su alcance masivo, ha revolucionado la manera en que consumimos y compartimos información. Sin embargo, también se ha convertido en un vehículo para la desinformación, con consecuencias graves para la democracia, la salud pública y la sociedad. En Ecuador, este fenómeno ha afectado procesos electorales, generado desconfianza en las instituciones y polarizado a la sociedad.

Para enfrentar este desafío, es necesario un esfuerzo coordinado que involucre a todos los actores relevantes. Solo a través de la educación, la regulación y la colaboración se podrá

mitigar el impacto de la desinformación en TikTok y proteger la integridad de nuestras sociedades en la era digital.

3.5 TikTok en las elecciones de 2023: Entre la estrategia y la desinformación

Durante las elecciones presidenciales de Ecuador en 2023, las redes sociales jugaron un papel fundamental en la comunicación política. TikTok, en particular, se convirtió en una de las plataformas más utilizadas por los candidatos para difundir sus propuestas y responder a ataques o noticias falsas. Sin embargo, no todo el contenido compartido en la plataforma era auténtico. La inteligencia artificial y la manipulación digital dieron lugar a la creación de deepfakes, vídeos falsos que distorsionaban discursos y generaban confusión en la ciudadanía.

Dos de los casos más llamativos durante esta campaña fueron el uso de TikTok por el expresidente Guillermo Lasso y los videos virales de Jan Topic y Daniel Noboa, así como la estrategia humorística de Herbas.

3.5.1 Guillermo Lasso y sus zapatos rojos: De la política a la cultura viral

El expresidente Guillermo Lasso, quien gobernó Ecuador entre 2021 y 2023, no se postuló para la reelección en 2023, pero su figura siguió siendo relevante en la conversación digital. Una de las curiosidades que más destacó fue la viralización de su imagen con zapatos rojos, un elemento que se convirtió en un meme recurrente dentro del discurso político en redes sociales [17].

¿De dónde viene el fenómeno de los zapatos rojos?

Durante su mandato, Guillermo Lasso fue fotografiado en varios eventos oficiales utilizando zapatos rojos llamativos, lo que generó burlas y especulaciones en redes sociales. Algunos usuarios insinuaron que los zapatos eran un símbolo de poder o un intento de conectarse con un público más joven y moderno. En TikTok y Twitter, surgieron múltiples memes y videos que exageraban esta característica de su vestimenta, utilizándola para ridiculizar o parodiar su gestión.

Además, en el contexto electoral, algunos videos en TikTok promueven teorías falsas sobre la elección y el papel de Lasso en la transición de gobierno. Se llegaron a difundir montajes con inteligencia artificial donde supuestamente el expresidente

"apoyaba" a ciertos candidatos o descalificaba a otros, lo que generó desinformación entre los votantes.

3.5.2 Herbas: El fenómeno de la sátira política en TikTok

Otro personaje que llamó la atención durante la campaña electoral en TikTok fue Herbas, un creador de contenido ecuatoriano que utilizó la sátira y el humor para analizar la política nacional. Sus videos, llenos de parodias y exageraciones, se convirtieron en una de las formas más populares de consumir información política entre los jóvenes ecuatorianos.

¿Cómo influyó Herbas en la percepción de los candidatos?

- **Criticó a los principales contendientes:** A través de videos en los que imitaba sus discursos o actitudes, Herbas generó un espacio de análisis humorístico sobre los candidatos.
- **Denunció noticias falsas:** En varias ocasiones, el influencer utilizó su plataforma para aclarar noticias falsas que circulaban en redes sociales, ayudando a combatir la desinformación.
- **Aportó un tono ligero al debate electoral:** En un contexto donde la polarización y la agresividad eran comunes en la

campaña, su contenido ofreció una visión satírica que muchos ciudadanos apreciaron.

Sin embargo, la línea entre la sátira y la desinformación es delgada. Algunos videos fueron editados o sacados de contexto para hacer parecer que ciertos candidatos decían cosas que en realidad nunca afirmaron. La inteligencia artificial y la edición avanzada permitieron que algunos clips fueran tan realistas que engañaban a parte del público [18].

3.5.3 Deepfakes y vídeos manipulados en la campaña de 2023

La tecnología deepfake, que permite modificar videos para hacer que una persona parezca decir o hacer algo que nunca hizo, tuvo un papel preocupante en las elecciones. Se identificaron varios casos en los que se utilizaron herramientas de inteligencia artificial para alterar declaraciones de los candidatos o para desacreditarlos ante el electorado.

- Un video falso de Daniel Noboa en el que supuestamente hacían promesas que nunca había declarado oficialmente [19].

- Un montaje de Jan Topic en el que se le atribuían comentarios negativos hacia ciertos sectores de la población.
- Videos donde se alteraban discursos de candidatos para hacerlos parecer incoherentes o contradictorios.

3.6 Campañas Políticas en EE.UU. y Europa Afectadas por Noticias Falsas

La propagación de noticias falsas (*fake news*) ha tenido un impacto significativo en las campañas políticas en Estados Unidos y Europa en los últimos años. Estas campañas de desinformación han influido en la opinión pública, alterado los resultados electorales y generado una creciente desconfianza en las instituciones democráticas. A continuación, se analizan algunos de los casos más destacados en ambos continentes.

3.6.1 Estados Unidos: Elecciones Presidenciales de 2016 y 2020

- **Elecciones Presidenciales de 2016**

El caso más emblemático de desinformación en una campaña política es el de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, donde la difusión de noticias falsas jugó un papel crucial en

la contienda entre Donald Trump y Hillary Clinton. Varios estudios y análisis posteriores han demostrado que las redes sociales, especialmente Facebook, fueron utilizadas para difundir información falsa y manipular la opinión pública.

- **Cambridge Analytica y la Microsegmentación:** La empresa británica Cambridge Analytica recopiló datos de millones de usuarios de Facebook sin su consentimiento, utilizando esta información para crear anuncios políticos altamente personalizados. Estos anuncios estaban diseñados para influir en votantes indecisos en estados clave, como Michigan, Wisconsin y Pensilvania, donde la elección fue decidida por márgenes muy estrechos. La campaña de Trump utilizó estos datos para difundir mensajes que apelaban a las emociones y preocupaciones específicas de los votantes, a menudo basados en información falsa o engañosa.
- **Noticias Falsas Virales:** Durante la campaña, se difundieron numerosas noticias falsas que beneficiaron a Trump y perjudicaron a Clinton. Por ejemplo, circuló la falsa acusación de que Hillary Clinton estaba involucrada en una red de tráfico de niños en una pizzería en

Washington, D.C., un caso conocido como "**Pizzagate**". Esta teoría conspirativa, aunque completamente infundada, ganó tracción en redes sociales y llevó a un individuo a entrar en la pizzería con un arma, creyendo que estaba "investigando" el caso.

- **Interferencia Extranjera:** Investigaciones posteriores revelaron que actores extranjeros, particularmente rusos, utilizaron plataformas como Facebook, Twitter y YouTube para difundir noticias falsas y crear división en la sociedad estadounidense. El **Internet Research Agency**, una organización vinculada al gobierno ruso, creó miles de cuentas falsas y publicó contenido diseñado para polarizar a los votantes y desacreditar a Hillary Clinton.
- **Elecciones Presidenciales de 2020**

En las elecciones de 2020, la desinformación volvió a ser un factor importante, especialmente en torno a las teorías conspirativas sobre el fraude electoral. Después de que Joe Biden fuera declarado ganador, Donald Trump y sus aliados difundieron la falsa afirmación de que las elecciones habían sido "robadas". Esta narrativa se propagó rápidamente en redes sociales y medios conservadores, lo que llevó a una crisis de legitimidad y,

finalmente, al asalto al Capitolio de los Estados Unidos el 6 de enero de 2021.

- **Teorías de Fraude Electoral:** Noticias falsas sobre supuestas irregularidades en el conteo de votos, especialmente en estados clave como Georgia y Pensilvania, fueron amplificadas por figuras políticas y medios de comunicación afines a Trump. A pesar de que múltiples auditorías y cortes desmintieron estas acusaciones, la narrativa del fraude electoral persistió, generando desconfianza en el sistema electoral entre una parte significativa de la población.
- **Papel de las Redes Sociales:** Plataformas como Facebook y Twitter intentaron combatir la desinformación etiquetando publicaciones falsas y limitando su alcance. Sin embargo, la velocidad con la que se propagaron estas noticias falsas demostró los límites de las medidas de moderación de contenido.

3.6.2 2. Europa: Brexit y Elecciones en Varios Países

- **Referéndum del Brexit (2016)**

El referéndum sobre la salida del Reino Unido de la Unión Europea (Brexit) en 2016 fue otro caso emblemático de cómo las noticias falsas pueden influir en un proceso democrático. La campaña a favor del Brexit, conocida como "**Vote Leave**", utilizó tácticas de desinformación para persuadir a los votantes.

- **La Afirmación de los £350 Millones:** Una de las noticias falsas más conocidas fue la afirmación de que el Reino Unido enviaba £350 millones a la UE cada semana, y que este dinero podría ser redirigido al sistema de salud público (NHS) si el país votaba a favor del Brexit. Esta cifra fue ampliamente desacreditada, pero se convirtió en un eslogan central de la campaña, apareciendo incluso en el autobús oficial de "Vote Leave".
- **Microsegmentación y Publicidad Dirigida:** Al igual que en las elecciones estadounidenses, Cambridge Analytica jugó un papel clave en el Brexit. La empresa utilizó datos de usuarios de Facebook para crear anuncios personalizados que apelaban a los miedos y preocupaciones de los votantes, como la inmigración y la soberanía nacional. Estos anuncios a menudo contenían información engañosa o falsa.

- **Interferencia Extranjera:** También se investigó la posible interferencia de actores extranjeros, particularmente rusos, en la campaña del Brexit. Aunque no se ha demostrado de manera concluyente, se cree que bots y cuentas falsas en redes sociales contribuyeron a difundir noticias falsas y a polarizar el debate.

3.6.3 Elecciones Presidenciales en Francia (2017)

En las elecciones presidenciales francesas de 2017, la desinformación jugó un papel importante en la campaña, particularmente en torno a la candidata de extrema derecha Marine Le Pen y el eventual ganador, Emmanuel Macron.

- **MacronLeaks:** Poco antes de la segunda vuelta de las elecciones, se filtraron miles de correos electrónicos de la campaña de Emmanuel Macron en un intento de desacreditarlo. Aunque los correos no contenían información comprometedor, la filtración fue amplificada por bots y cuentas falsas en redes sociales, muchas de las cuales se cree que estaban vinculadas a actores rusos. El objetivo era generar desconfianza hacia Macron y beneficiar a Marine Le Pen.

- **Noticias Falsas sobre Macron:** Durante la campaña, circularon noticias falsas que afirmaban que Macron tenía una cuenta bancaria secreta en las Islas Caimán o que era homosexual, algo que se presentaba como un intento de desacreditarlo ante los votantes más conservadores. Estas afirmaciones, aunque falsas, fueron ampliamente compartidas en redes sociales.

3.6.4 Elecciones Generales en Alemania (2017)

En Alemania, las elecciones federales de 2017 también se vieron afectadas por la desinformación. La canciller Angela Merkel fue objeto de numerosas noticias falsas, particularmente en torno a su política de refugiados.

- **Noticias Falsas sobre Refugiados:** Se difundieron historias falsas que afirmaban que los refugiados habían cometido delitos graves, como violaciones y ataques terroristas. Estas noticias fueron utilizadas por partidos de extrema derecha, como Alternativa para Alemania (AfD), para criticar la política de Merkel y ganar apoyo entre los votantes descontentos.
- **Interferencia Rusa:** Al igual que en otros países, se investigó la posible interferencia rusa en las elecciones alemanas.

Aunque no se encontraron pruebas concluyentes, se cree que bots y cuentas falsas en redes sociales contribuyeron a difundir noticias falsas y a polarizar el debate político.

3.6.5 Impacto de las Noticias Falsas en las Democracias

Los casos mencionados ilustran cómo las noticias falsas pueden tener un impacto profundo en las campañas políticas y en los procesos democráticos. Algunos de los efectos más comunes incluyen:

- **Polarización:** Las noticias falsas suelen estar diseñadas para apelar a las emociones y reforzar los sesgos existentes, lo que contribuye a la polarización política y social.
- **Desconfianza en las Instituciones:** La difusión de información falsa puede erosionar la confianza en las instituciones democráticas, como los medios de comunicación, los sistemas electorales y los gobiernos.
- **Manipulación del Comportamiento Electoral:** Las noticias falsas pueden influir en el comportamiento de los votantes, llevándolos a tomar decisiones basadas en información errónea o engañosa.

Las campañas políticas en Estados Unidos y Europa han sido profundamente afectadas por la propagación de noticias falsas, lo que ha llevado a una creciente preocupación por la integridad de los procesos democráticos. La desinformación no solo ha influido en los resultados electorales, sino que también ha generado una crisis de confianza en las instituciones y ha exacerbado la polarización política.

Para combatir este fenómeno, es esencial una combinación de regulación, educación y colaboración entre gobiernos, plataformas digitales y la sociedad civil. Solo a través de un esfuerzo coordinado se podrá mitigar el impacto de las noticias falsas y proteger la democracia en la era digital.

CAPÍTULO 4: REDES SOCIALES, TIKTOK Y DESINFORMACIÓN

La desinformación ha adquirido una presencia preocupante en los procesos democráticos a nivel mundial. Ecuador no es la excepción: el auge de las redes sociales y el acceso masivo a internet han permitido la rápida difusión de noticias falsas, muchas de ellas diseñadas para manipular la opinión pública y afectar los resultados electorales.

Este fenómeno plantea grandes desafíos para los medios de comunicación tradicionales, las instituciones gubernamentales y la ciudadanía en general. En este capítulo, se abordará el impacto de la desinformación en la opinión pública y en los resultados electorales, el papel de los medios tradicionales ante la proliferación de noticias falsas en redes sociales, los esfuerzos regulatorios para combatir este problema y algunos casos concretos de candidatos ecuatorianos afectados por campañas de desinformación.

4.1 Impacto de la desinformación en la opinión pública y en los resultados electorales

La desinformación, entendida como la difusión intencional de información falsa o engañosa, tiene un impacto significativo en la

opinión pública y en los resultados electorales. Durante las elecciones, la manipulación informativa puede generar confusión, afectar la credibilidad de los candidatos y disminuir la confianza en el sistema democrático. En Ecuador, el 58% de la población ha declarado estar expuesta con frecuencia a noticias falsas en redes sociales, un porcentaje que lo ubica entre los países latinoamericanos con mayor percepción de desinformación.

Un ejemplo de este impacto se observará en las elecciones presidenciales de 2021, cuando las redes sociales se inundaron de noticias falsas sobre los principales candidatos. Se difundieron rumores sobre presuntos vínculos de ciertos políticos con organizaciones criminales, acusación sin pruebas sobre corrupción y tergiversaciones de declaraciones públicas. Este tipo de contenido suele generar polarización y reforzar sesgos preexistentes en los votantes, impidiendo un debate informado y racional [20]. Estudios recientes indican que la desinformación electoral tiene tres efectos principales en los votados:

- 1) **Sesgo de confirmación:** Los ciudadanos tienden a creer en las noticias falsas que refuerzan sus propias ideas políticas, lo que disminuye la posibilidad de un debate abierto y crítico.

- 2) **Desconfianza en las instituciones:** La proliferación de noticias falsas mina la credibilidad de las entidades encargadas de organizar las elecciones, lo que puede llevar a la deslegitimación de los resultados.
- 3) **Desmovilización o radicalización:** Algunos votaron, al sentirse confundidos o engañados, optan por la abstención electoral. Otros, en cambio, pueden radicalizarse y actuar con base en información errónea, como ocurrió en casos de violencia política motivados por desinformación [3].

4.2 El rol de los medios de comunicación tradicionales frente a las fake news en redes

Ante el avance de las noticias falsas en redes sociales, los medios de comunicación tradicionales enfrentan el desafío de adaptarse y reforzar su rol como garantías de información verificada. A pesar de la crisis de credibilidad que han sufrido en los últimos años, siguen siendo fundamentales para el acceso a noticias confiables.

¿Cómo han respondido los medios ecuatorianos?

1. **Verificación de información:** Algunos medios han implementado secciones de "fact-checking" (verificación de

hechos) para desmentir noticias falsas que circulan en redes sociales. Ejemplo de ello es el trabajo de portales como Ecuador Chequea, que ha desmentido numerosos bulos sobre procesos electorales y figuras políticas.

2. **Mayor presencia en redes sociales:** Para contrarrestar la influencia de las fake news, medios como *El Comercio* y *Primicias* han fortalecido su estrategia digital, ofreciendo contenido en formatos de fácil acceso como videos cortos, gráficos y publicaciones interactivas.
3. **Colaboración con plataformas tecnológicas:** Algunos medios han trabajado con Facebook y Google en iniciativas para identificar y reducir la circulación de información falsa en sus plataformas.

A pesar de estos esfuerzos, los medios tradicionales también han sido criticados por, en algunos casos, replicar información no verificada o por no reaccionar con suficiente rapidez ante la propagación de bulos.

4.3 Regulación y esfuerzos para combatir la desinformación en Ecuador

Dado el crecimiento del problema, el Estado ecuatoriano y diversas organizaciones han implementado estrategias para combatir la desinformación. Estas incluyen medidas legislativas, educativas y tecnológicas.

Medidas gubernamentales

El Consejo de Comunicación de Ecuador ha propuesto iniciativas para regular el contenido digital y sancionar la difusión de noticias falsas con intenciones maliciosas. Sin embargo, este tipo de regulaciones generan debates sobre el equilibrio entre la lucha contra la desinformación y la libertad de expresión.

Algunas de las propuestas incluyen:

- **Reformas a la Ley de Comunicación:** Se ha sugerido incluir sanciones para quienes generen o difundan contenido falso con el objetivo de manipular procesos electorales.
- **Monitoreo digital:** Se han desarrollado sistemas de monitoreo para rastrear la viralización de noticias falsas en épocas electorales.

- **Campañas de alfabetización digital:** El gobierno ha impulsado programas educativos para que la ciudadanía aprenda a identificar información falsa y evite su difusión.

El papel de la sociedad civil y las plataformas digitales

Además de los esfuerzos gubernamentales, organizaciones independientes como *Fundamedios* han trabajado en la identificación y denuncia de campañas de desinformación. Por su parte, plataformas como Facebook y Twitter han implementado herramientas de verificación y etiquetas de advertencia en publicaciones sospechosas.

4.4 Ejemplos de candidatos afectados por noticias falsas en redes sociales

Varios políticos ecuatorianos han sido víctimas de campañas de desinformación en redes sociales, especialmente en tiempos electorales. Algunos de los casos más relevantes incluyen:

- **Luisa González (elecciones 2023):** Durante su campaña, circularon rumores sobre su supuesto plan para instaurar un gobierno comunista, lo cual fue desmentido por verificadores de datos.

- **Daniel Noboa:** En 2023, se difundió un video manipulado en el que supuestamente prometía privatizar el sistema de salud pública, lo cual era falso. La información errónea se propagó ampliamente antes de ser desmentida por su equipo de campaña y medios de verificación [18].
- **Andrés Arauz (elecciones 2021):** Fue víctima de una noticia falsa que lo vinculaba con grupos delictivos internacionales. A pesar de que la información fue desmentida, la narrativa tuvo un impacto negativo en su campaña.

Estos ejemplos evidencian cómo la desinformación puede dañar la reputación de los candidatos, modificar la percepción pública y alterar el comportamiento electoral.

La desinformación es una amenaza creciente para la democracia ecuatoriana. Su impacto en la opinión pública y los procesos electorales es innegable, y su propagación a través de redes sociales ha desafiado el trabajo de los medios tradicionales.

Si bien se han implementado regulaciones y estrategias para combatir este problema, la lucha contra las noticias falsas requiere un esfuerzo conjunto del gobierno, la sociedad civil, las plataformas digitales y la ciudadanía. Solo con una educación

mediática adecuada y políticas efectivas se podrá mitigar el impacto de la desinformación y garantizar elecciones transparentes y justas en Ecuador.

CAPÍTULO 5: DESAFÍOS LEGALES Y LOS LÍMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN INTERNET

En la era digital, la libertad de expresión enfrenta nuevos desafíos que ponen en tensión el derecho a la información y la necesidad de combatir la desinformación. Internet y las redes sociales han permitido una democratización del acceso a la comunicación, pero también han facilitado la proliferación de noticias falsas y contenido manipulado. En este contexto, los gobiernos, las empresas tecnológicas y la sociedad civil han desarrollado estrategias para regular la desinformación sin comprometer el derecho fundamental a la libre expresión. Este capítulo aborda los límites de la libertad de expresión en internet, las regulaciones internacionales sobre fake news, las políticas de moderación de contenido en plataformas como TikTok y el papel de los distintos actores en la regulación del ecosistema digital.

5.1 ¿Dónde termina la libertad de expresión y empieza la desinformación?

La libertad de expresión es un derecho fundamental reconocido en tratados internacionales como la Declaración Universal de Derechos Humanos (artículo 19) y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Sin embargo, este

derecho no es absoluto, ya que su ejercicio no puede vulnerar otros derechos, como la protección contra la difamación o la incitación a la violencia.

En el ámbito digital, la desinformación plantea un dilema complejo. Por un lado, los ciudadanos tienen derecho a expresar sus opiniones sin censura; por otro, la difusión deliberada de información falsa puede manipular la opinión pública y causar daños sociales, políticos y económicos. La frontera entre la libre expresión y la desinformación se vuelve difusa cuando las noticias falsas son difundidas con intenciones maliciosas, como influir en procesos electorales o desestabilizar gobiernos.

Algunos casos ilustrativos han demostrado que la desinformación puede tener efectos devastadores. Por ejemplo, en el contexto de la pandemia de COVID-19, la difusión de información falsa sobre tratamientos médicos llevó a miles de personas a rechazar vacunas o usar remedios ineficaces, poniendo en riesgo la salud pública. En el ámbito político, campañas de desinformación han influido en elecciones presidenciales en distintos países, afectando la confianza en los sistemas democráticos.

5.2 Regulaciones internacionales sobre fake news y contenido manipulado

Diferentes países han adoptado regulaciones para combatir la desinformación en internet, aunque con enfoques diversos. En Europa, la Unión Europea ha implementado el Código de Prácticas sobre Desinformación, que obliga a plataformas digitales como Facebook y Google a tomar para reducir la difusión de noticias falsas. Este código busca aumentar la transparencia en la publicidad política y la eliminación de cuentas falsas.

En América Latina, varios gobiernos han propuesto leyes contra la desinformación, aunque algunas han sido criticadas por su posible uso como herramienta de censura. En Brasil, la "Ley de las Fake News" busca regular el contenido en redes sociales, pero ha generado debate sobre su impacto en la libertad de expresión. En Ecuador, el Consejo de Comunicación ha discutido reformas para sancionar la difusión de información falsa con impacto electoral.

China y Rusia han adoptado enfoques más restrictivos, con leyes que penalizan la difusión de información considerada falsa por el gobierno. Estas normativas han sido criticadas por organismos internacionales, que advierten que pueden utilizarse

para silenciar a la oposición política y restringir el acceso a información independiente.

A pesar de estos esfuerzos, la regulación de la desinformación sigue siendo un desafío global. Regular el contenido digital sin afectar la libertad de expresión es un equilibrio difícil de alcanzar, lo que ha llevado a algunos países a optar por soluciones intermedias basadas en la cooperación entre gobiernos y empresas tecnológicas.

5.3 Políticas de moderación de contenidos en TikTok y otras redes sociales

Las plataformas digitales han implementado mecanismos de moderación de contenidos para combatir la desinformación y garantizar la seguridad de sus usuarios. Sin embargo, estas políticas han generado controversia debido a su falta de transparencia y la posibilidad de afectar la libertad de expresión.

TikTok, una de las redes sociales más influyentes, ha desarrollado sistemas de verificación de contenido que incluyen la eliminación de publicaciones con información falsa, advertencias en videos sospechosos y reducción del alcance de contenido problemático. Además, ha trabajado con organizaciones de fact-checking para identificar y etiquetar noticias falsas.

Facebook y Twitter han implementado estrategias similares, como la suspensión de cuentas que difunden desinformación de manera recurrente. YouTube, por su parte, ha priorizado el contenido de fuentes confiables en sus algoritmos de búsqueda y recomendación para contrarrestar la propagación de noticias falsas.

No obstante, estas políticas han sido cuestionadas por su falta de coherencia y por la percepción de sesgo ideológico en la moderación de contenido. En algunos casos, se ha denunciado que las plataformas eliminan publicaciones legítimas mientras permiten la difusión de contenido engañoso por parte de actores influyentes.

Para mejorar la efectividad de la moderación de contenidos, se han propuesto medidas como la creación de organismos independientes que supervisen la toma de decisiones de las plataformas, la mejora en la transparencia de los algoritmos y el fortalecimiento de la cooperación entre empresas tecnológicas y gobiernos.

5.4 El rol de los gobiernos, empresas tecnológicas y sociedad civil en la regulación

La lucha contra la desinformación en internet requiere un esfuerzo coordinado entre distintos actores:

- 1) **Gobiernos:** Deben establecer marcos legales claros que penalicen la desinformación sin afectar la libertad de expresión. Además, pueden promover campañas de alfabetización mediática para que los ciudadanos aprendan a identificar noticias falsas.
- 2) **Empresas tecnológicas:** Tienen la responsabilidad de mejorar sus algoritmos para reducir la propagación de noticias falsas, colaborar con verificadores de datos y garantizar la transparencia en sus políticas de moderación de contenido.
- 3) **Sociedad civil:** Organizaciones independientes, periodistas y ciudadanos juegan un papel clave en la detección y denuncia de desinformación. La educación digital es fundamental para que las personas desarrollen un pensamiento crítico frente a la información que consumen.

Algunas iniciativas han demostrado que la cooperación entre estos actores puede ser efectiva. Por ejemplo, la alianza entre la UNESCO y plataformas digitales ha permitido desarrollar herramientas de verificación de datos accesibles para los usuarios. Asimismo, programas de alfabetización mediática en escuelas han ayudado a reducir la credibilidad de las fake news entre los jóvenes.

Sin embargo, persisten desafíos como la falta de regulación clara en muchos países, la resistencia de algunas plataformas a implementar medidas más estrictas y la dificultad para frenar la difusión de noticias falsas en tiempo real.

El debate sobre los límites de la libertad de expresión en internet y la lucha contra la desinformación sigue siendo un tema complejo y en constante evolución. Si bien es fundamental proteger el derecho de los ciudadanos a expresarse libremente, también es necesario combatir la difusión de información falsa que pueda poner en riesgo la democracia y la estabilidad social.

La regulación de la desinformación requiere un enfoque equilibrado que involucre a gobiernos, plataformas digitales y la sociedad en su conjunto. La educación digital y el fortalecimiento del periodismo independiente son claves para garantizar un ecosistema informativo más seguro y confiable.

CONCLUSIONES

El libro *"Comunicación en la Política en Tiempos de TikTok: Límites de la Libertad de Expresión en Internet"* es una obra que aborda de manera profunda y crítica la transformación de la comunicación política en la era digital, con un enfoque particular en el impacto de las redes sociales, especialmente TikTok, en los procesos democráticos y en la difusión de información. A lo largo de sus capítulos, el libro explora cómo las plataformas digitales han redefinido la manera en que los políticos interactúan con los ciudadanos, cómo se construyen las campañas electorales y cómo la desinformación y la manipulación digital han surgido como desafíos significativos para la democracia.

1. La Transformación Digital de la Comunicación Política

El libro comienza analizando cómo la comunicación política ha evolucionado desde los mítines tradicionales y los medios de comunicación convencionales hacia un entorno digital dominado por las redes sociales. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y, especialmente, TikTok, han permitido a los políticos llegar a audiencias masivas de manera directa y personalizada. Esta transformación ha democratizado el acceso a la información, permitiendo que los ciudadanos interactúen con los líderes

políticos en tiempo real. Sin embargo, esta misma accesibilidad ha traído consigo nuevos desafíos, como la proliferación de noticias falsas, la manipulación de la información y la polarización de la opinión pública.

El libro destaca cómo las redes sociales han permitido a los políticos segmentar sus mensajes y dirigirlos a audiencias específicas, utilizando herramientas como la publicidad segmentada y la inteligencia artificial. Esto ha llevado a una mayor precisión en las campañas políticas, pero también ha planteado dilemas éticos, como el uso de datos personales sin consentimiento y la creación de mensajes manipuladores que buscan influir en el comportamiento electoral.

2. TikTok como Herramienta de Propaganda Política

Uno de los aspectos más destacados del libro es su análisis del papel de TikTok en la comunicación política. TikTok, con su formato de videos cortos y altamente virales, se ha convertido en una plataforma clave para conectar con audiencias jóvenes. Políticos como Nayib Bukele en El Salvador, Gustavo Petro en Colombia y Emmanuel Macron en Francia han utilizado TikTok para construir su imagen pública y llegar a votantes más jóvenes. Sin embargo, el libro también advierte sobre los riesgos asociados

con esta plataforma, como la propagación de desinformación y la creación de deepfakes, que pueden distorsionar la realidad y manipular la opinión pública.

El caso de Ecuador en las elecciones de 2023 es un ejemplo claro de cómo TikTok puede ser utilizado tanto para la comunicación política legítima como para la desinformación. Durante la campaña, se viralizaron videos manipulados con inteligencia artificial, lo que generó confusión entre los votantes y obligó a los candidatos a desmentir información falsa. Este fenómeno subraya la necesidad de una mayor regulación y de herramientas de verificación de datos para combatir la desinformación en plataformas como TikTok.

3. El Problema de las Noticias Falsas y la Manipulación en Redes

El libro dedica un capítulo completo a analizar el impacto de las noticias falsas en la política y en la democracia. La desinformación, entendida como la difusión intencional de información falsa o engañosa, ha demostrado ser una amenaza significativa para los procesos democráticos. En Ecuador, por ejemplo, el 58% de la población reportó estar expuesta a noticias falsas a diario, lo que ha llevado a la creación de plataformas de

verificación de datos, como el Repositorio de Noticias Falsas del Consejo Nacional Electoral (CNE).

El libro también explora cómo las noticias falsas pueden generar sesgos de confirmación, desconfianza en las instituciones y, en algunos casos, radicalización política. La manipulación emocional, a través de mensajes diseñados para generar miedo, indignación o esperanza, es una táctica común en las campañas de desinformación. Esto no solo afecta la percepción de los candidatos, sino que también puede influir en el comportamiento electoral, llevando a los votantes a tomar decisiones basadas en información errónea.

4. Desafíos Legales y los Límites de la Libertad de Expresión en Internet

Uno de los temas más complejos que aborda el libro es el equilibrio entre la libertad de expresión y la necesidad de regular la desinformación en internet. Mientras que la libertad de expresión es un derecho fundamental, la difusión de noticias falsas y contenido manipulado puede tener consecuencias graves para la democracia y la sociedad. El libro analiza cómo diferentes países han abordado este dilema, desde la implementación de códigos de

prácticas contra la desinformación en la Unión Europea hasta las leyes más restrictivas en países como China y Rusia.

En el caso de Ecuador, el libro destaca los esfuerzos del gobierno y de organizaciones civiles para combatir la desinformación, como la propuesta de reformas a la Ley de Comunicación y la implementación de campañas de alfabetización digital. Sin embargo, también se señala la importancia de encontrar un equilibrio entre la regulación y la protección de la libertad de expresión, evitando que las medidas contra la desinformación se conviertan en herramientas de censura.

5. Estrategias para Enfrentar la Desinformación en la Política Digital

El libro no solo identifica los problemas asociados con la desinformación, sino que también propone estrategias para combatirla. Entre estas estrategias se incluyen la verificación de datos (fact-checking), la colaboración entre plataformas digitales y organizaciones de verificación, y la promoción de la alfabetización mediática entre los ciudadanos. El libro destaca el papel crucial de los periodistas y los medios de comunicación tradicionales en la lucha contra la desinformación, así como la necesidad de una

mayor transparencia en las políticas de moderación de contenido de las plataformas digitales.

Además, el libro enfatiza la importancia de la educación digital para que los ciudadanos puedan identificar y resistir la desinformación. Esto incluye enseñar a los usuarios a verificar fuentes, reconocer sesgos y entender cómo funcionan los algoritmos de las redes sociales. Solo a través de un esfuerzo conjunto entre gobiernos, empresas tecnológicas, medios de comunicación y la sociedad civil se podrá mitigar el impacto de la desinformación y proteger la integridad de los procesos democráticos.

6. Reflexiones Finales

En conclusión, *"Comunicación en la Política en Tiempos de TikTok: Límites de la Libertad de Expresión en Internet"* es una obra esencial para comprender los desafíos y oportunidades que presenta la era digital en la comunicación política. El libro no solo ofrece un análisis detallado de cómo las redes sociales han transformado la política, sino que también plantea preguntas cruciales sobre la ética, la responsabilidad y los límites de la libertad de expresión en un mundo cada vez más conectado.

El libro hace un llamado a la reflexión y a la acción, instando a los ciudadanos, periodistas, políticos y empresas tecnológicas a trabajar juntos para promover una comunicación política más transparente, ética y responsable. En un momento en que la desinformación y la manipulación digital representan una amenaza creciente para la democracia, este libro sirve como una guía valiosa para navegar los complejos desafíos de la era digital y construir una sociedad más informada y resistente a la desinformación.

En última instancia, el libro nos recuerda que, si bien la tecnología ha democratizado el acceso a la información, también ha creado nuevos riesgos que deben ser abordados con urgencia. La lucha contra la desinformación no es solo una cuestión de regulación, sino también de educación, transparencia y compromiso con los valores democráticos. Solo a través de un esfuerzo colectivo podremos garantizar que la comunicación política en la era digital sirva para fortalecer, y no debilitar, nuestras democracias.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS

- [1] [Primicias](https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/america-latina-ecuador-informacion-falsa-fake-news/), «El 58% de ecuatorianos dice que lidia con información falsa todos los días», [Primicias](https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/america-latina-ecuador-informacion-falsa-fake-news/). Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/america-latina-ecuador-informacion-falsa-fake-news/>
- [2] Consejo Nacional Electoral Ecuador, «Repositorio de noticias falsas - Consejo Nacional Electoral - CNE Ecuador». Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.cne.gob.ec/repositorio-de-noticias-falsas/>
- [3] [Primicias](https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/tres-noticias-falsas-circularon-guayaquil/), «Tres noticias falsas que circularon esta semana en Guayaquil», [Primicias](https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/tres-noticias-falsas-circularon-guayaquil/). Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/tres-noticias-falsas-circularon-guayaquil/>
- [4] [Fundamedios](https://www.fundamedios.org.ec/tag/fake-news/), «fake news Archivos», [Fundamedios](https://www.fundamedios.org.ec/tag/fake-news/). Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.fundamedios.org.ec/tag/fake-news/>
- [5] N. S. Borchers, «How social media influencers support political parties in achieving campaign objectives, according to political communicators in Germany», *Public Relat. Rev.*, vol. 51, n.º 1, p. 102532, mar. 2025, doi: [10.1016/j.pubrev.2024.102532](https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102532).
- [6] A. Goodwin, K. Joseff, M. J. Riedl, J. Lukito, y S. Woolley, «Political Relational Influencers: The Mobilization of Social Media Influencers in the Political Arena», *Int. J. Commun.*, vol. 17, n.º 0, Art. n.º 0, feb. 2023, Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18987>

- [7] [R. Mulcahy, R. Barnes, R. de Villiers Scheepers, S. Kay, y E. List, «Going Viral: Sharing of Misinformation by Social Media Influencers», *Australas. Mark. J.*, p. 14413582241273987, ago. 2024, doi: 10.1177/14413582241273987.](#)
- [8] [M. J. Riedl, J. Lukito, y S. C. Woolley, «Political Influencers on Social Media: An Introduction», *Soc. Media Soc.*, vol. 9, n.º 2, p. 20563051231177938, abr. 2023, doi: 10.1177/20563051231177938.](#)
- [9] [U. K. H. Ecker *et al.*, «The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction», *Nat. Rev. Psychol.*, vol. 1, n.º 1, pp. 13-29, ene. 2022, doi: 10.1038/s44159-021-00006-y.](#)
- [10] [S. Munusamy, K. Svasyila, A. A. H. Shaari, M. A. Pitchan, M. R. Kamaluddin, y R. Jatnika, «Psychological factors contributing to the creation and dissemination of fake news among social media users: a systematic review», *BMC Psychol.*, vol. 12, n.º 1, p. 673, nov. 2024, doi: 10.1186/s40359-024-02129-2.](#)
- [11] [BBC News, «Cambridge Analytica: The story so far», 20 de marzo de 2018. Accedido: 4 de marzo de 2025. \[En línea\]. Disponible en: <https://www.bbc.com/news/technology-43465968>](#)
- [12] [Wikipedia, «Facebook–Cambridge Analytica data scandal», *Wikipedia*. 2 de marzo de 2025. Accedido: 4 de marzo de 2025. \[En línea\]. Disponible en: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook%E2%80%93Cambridge%20Analytica%20data%20scandal&oldid=1278498525>](#)
- [13] [E. Boldyreva, «Cambridge Analytica: Ethics And Online Manipulation With Decision-Making Process», *ResearchGate*. Accedido: 4 de marzo de 2025. \[En línea\]. Disponible en:](#)

[https://www.researchgate.net/publication/330032180 Cambridge Analytica Ethics And Online Manipulation With Decision-Making Process](https://www.researchgate.net/publication/330032180_Cambridge_Analytica_Ethics_And_Online_Manipulation_With_Decision-Making_Process)

- [14] A. Hern, «Cambridge Analytica: how did it turn clicks into votes?», *The Guardian*, 6 de mayo de 2018. Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.theguardian.com/news/2018/may/06/cambridge-analytica-how-turn-clicks-into-votes-christopher-wylie>
- [15] El Universo, «Los Daniel Noboa de cartón fueron ‘secuestrados’ para ir a fiestas, bailar, comer, y hasta viajar en bus», *El Universo*. Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/politica/daniel-noboa-figuras-de-carton-secuestradas-campana-electoral-elecciones-15-de-octubre-nota/>
- [16] Primicias, «Del Quaker al muñeco de cartón, los hitos de la campaña que dan el triunfo a Noboa», *Primicias*. Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/elecciones-presidenciales-2023/elecciones-ecuador-noboa-quaker-muneco-carton/>
- [17] Tik Tok, «Guillermo Lasso (@guillermolasso) oficial | TikTok». Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@guillermolasso?lang=es>
- [18] Diario Extra, «Elecciones Ecuador 2025 | Nada de esto fue real: las fake news más virales», *Diario Extra*. Accedido: 4 de marzo de 2025. [En línea]. Disponible en: <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/desinformacion-elecciones-ecuador-2025-fake-news-virales-120724.html>

- [19] [A. C. Basantes, «Cuenta falsa en TikTok usa IA para difundir desinformación», LupaMedia. Accedido: 4 de marzo de 2025. \[En línea\]. Disponible en: <https://lupa.com.ec/explicativos/cuenta-falsa-tiktok-difundir-desinformacion-electoral-ecuador/>](#)
- [20] [M. B. Durán y F. Tusa, «La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: Un análisis de caso», #PerDebate, vol. 3, pp. 18-41, oct. 2019, doi: 10.18272/pd.v3i1.1550.](#)



**COMUNICACIÓN
EN TIEMPOS DEL
TIK TOK**

ISBN: 978-9942-7360-4-8




W^{Live}
Working
EDITORIAL