

El Algoritmo como Intermediario del Discurso Político en Redes Sociales y su Impacto en la Desinformación Digital

The Algorithm as an Intermediary of Political Discourse on Social Networks and its impact on Digital Disinformation

Joselyn Michelle Zuñiga-Oñate¹

Docente

Universidad de Guayaquil -Ecuador-

joselyn.zunigao@ug.edu.ec

Resumen

El presente artículo analiza el papel de los algoritmos como intermediarios del discurso político en redes sociales y su conexión con la desinformación. Se utiliza un enfoque cualitativo, basado en una revisión bibliográfica sistemática de documentos publicados entre 2018 y 2025, de bases como Scielo, Redalyc, Dialnet, Mendeley y Google Académico. Se estructura en cuatro dimensiones: mediación algorítmica, amplificación emocional, personalización informativa y desinformación digital. Los resultados muestran que los algoritmos afectan la visibilidad de los contenidos políticos al priorizar publicaciones con altos niveles de interacción, favoreciendo mensajes emocionales y polarizantes. La personalización de contenidos contribuye

¹ 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 y libros en el campo de la comunicación, política y educación, ha participado en eventos como capacitador docente. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0008-7862-3618>

a la creación de burbujas informativas y cámaras de eco, limitando la diversidad de perspectivas y fragmentando el espacio público digital. Se identifica que la desinformación es un fenómeno sociotécnico que surge de la interacción entre algoritmos, plataformas digitales y el comportamiento de los usuarios. Se presenta el Modelo de Mediación Algorítmica del Discurso Político, que explica cómo la producción de contenidos, la selección algorítmica y la personalización informativa generan efectos relacionados con la polarización y la difusión de información engañosa. Se destaca que, la mediación algorítmica tiene un impacto significativo en la calidad del debate público y plantea desafíos en el entorno digital.

Palabras clave: algoritmos, redes sociales, discurso político, desinformación, comunicación digital.

Abstract

This article analyzes the role of algorithms as intermediaries of political discourse on social media and their connection to digital disinformation. A qualitative approach is used, based on a systematic literature review of academic documents published between 2018 and 2025, from databases such as Scielo, Redalyc, Dialnet, Mendeley, and Google Scholar. The analysis is structured around four dimensions: algorithmic mediation, emotional amplification, information personalization, and digital disinformation. The results show that algorithms affect the visibility of political content by prioritizing posts with high levels of interaction, favoring emotional and polarizing messages. Content personalization contributes to the creation of information bubbles and echo chambers, limiting the diversity of perspectives

and fragmenting the digital public sphere. It is identified that disinformation is a sociotechnical phenomenon that arises from the interaction between algorithms, digital platforms, and user behavior. The Algorithmic Mediation Model of Political Discourse is presented to explain how content production, algorithmic selection, and information personalization generate effects related to polarization and the dissemination of misleading information. It is highlighted that algorithmic mediation has a significant impact on the quality of public debate and poses challenges in the digital environment.

Keywords: hegemony, alternative media, freedom of expression, communication, social resistance.

1. Introducción

La proliferación de internet y el avance de las plataformas digitales han cambiado radicalmente las dinámicas de producción, distribución y consumo de información en la sociedad actual. En este contexto, las redes sociales se han establecido como espacios clave para el intercambio de opiniones, la diseminación de noticias y la formación del debate público, especialmente en el ámbito político.

Para comprender este escenario, es necesario partir del concepto de comunicación política. Villavicencio (2021) señala que, se trata de acciones con una carga eminentemente comunicativa que se desarrollan en un contexto político con la finalidad de persuadir o convencer a un electorado a través de estrategias, discursos y mensajes orientados a la obtención o mantenimiento del poder. Desde

esta perspectiva, la comunicación política no solo informa, sino que busca influir directamente en la toma de decisiones ciudadanas.

En la actualidad, estas dinámicas se han trasladado con fuerza al entorno digital. Mena et al. (2024) señalan que, muchas campañas electorales encuentran en las redes sociales un espacio estratégico para ampliar su alcance, debido a que estas plataformas concentran usuarios de diferentes generaciones que participan activamente en la discusión de temas públicos. Esto evidencia que las redes sociales no solo funcionan como medios de difusión, sino como espacios de interacción política.

Sin embargo, el funcionamiento de estas plataformas no depende únicamente de la actividad de los usuarios. Valenzuela (2024) explica que, los algoritmos siguen una serie de reglas diseñadas para clasificar los contenidos en función de su relevancia y del nivel de interacción que generan. En este sentido, los algoritmos no solo organizan la información, sino que condicionan su visibilidad.

En relación con ello, Guallar y Martínez (2023) sostienen que, los algoritmos personalizan los contenidos según las preferencias de los usuarios, lo que puede generar burbujas de filtro donde las personas se exponen principalmente a información que refuerza sus creencias. Este fenómeno no solo limita la diversidad informativa, sino que también influye en la forma en que se construyen las opiniones.

En este contexto, la desinformación se convierte en un problema relevante. Santos et al. (2025) advierten que, este fenómeno afecta la percepción política de la ciudadanía al distorsionar la realidad y generar desconfianza en las

instituciones. La circulación de noticias falsas y discursos polarizantes dificulta la construcción de opiniones informadas y debilita el debate público.

A partir de estos elementos, resulta necesario analizar el papel de los algoritmos en la circulación del discurso político y su relación con la desinformación. Por ello, el presente artículo tiene como objetivo examinar cómo los algoritmos actúan como intermediarios del discurso político en redes sociales y de qué manera influyen en la propagación de la desinformación digital.

Además de lo anterior, es importante considerar que el entorno digital ha modificado no solo los canales de comunicación, sino también las lógicas de producción y consumo de información política. En este nuevo escenario, los usuarios no son receptores pasivos, sino actores que interactúan, comparten y reinterpretan los contenidos que circulan en las plataformas digitales. Esta participación contribuye a la construcción de dinámicas comunicativas más complejas, donde la información se transforma constantemente a partir de la interacción social.

Asimismo, la creciente dependencia de las plataformas digitales como fuentes de información ha generado nuevas formas de influencia en la opinión pública. A diferencia de los medios tradicionales, donde existían criterios editoriales definidos, en las redes sociales la jerarquización de contenidos responde en gran medida a sistemas automatizados que priorizan la visibilidad en función de la interacción. Esto plantea interrogantes sobre la neutralidad de los procesos de selección de información y su impacto en la calidad del debate público.

En este contexto, resulta pertinente analizar no solo el funcionamiento técnico de los algoritmos, sino también sus implicaciones sociales y políticas. Comprender cómo estos sistemas influyen en la circulación de discursos permite identificar los desafíos que enfrentan las democracias contemporáneas en relación con la desinformación, la polarización y la construcción de la opinión pública.

1.1 Transformaciones de la Comunicación Política en la Era Digital

La comunicación política ha experimentado transformaciones significativas a partir de la incorporación de las tecnologías digitales, lo que ha redefinido las formas de interacción entre actores políticos y ciudadanía. En este contexto, Viñas et al. (2023) señalan que, la comunicación política contemporánea se configura en un escenario donde lo digital y lo territorial se articulan, generando dinámicas híbridas que combinan espacios físicos y virtuales. Este proceso ha permitido la eliminación de intermediarios tradicionales, facilitando un contacto más directo entre políticos y ciudadanos, aunque también ha introducido desafíos relacionados con la gestión de la información y la coordinación comunicacional.

En el ámbito ecuatoriano, estas transformaciones adquieren características particulares. Zuñiga (2022) sostiene que, las redes sociales han modificado profundamente la construcción de la opinión pública, al posibilitar una interacción más inmediata y constante entre los actores políticos y la ciudadanía. Sin embargo, este nuevo entorno digital también ha intensificado problemáticas como

la polarización política, la difusión de noticias falsas y la necesidad de desarrollar competencias digitales tanto en los líderes políticos como en los ciudadanos. A ello se suma la persistencia de brechas digitales entre sectores urbanos y rurales, lo que evidencia desigualdades en el acceso y uso de estas tecnologías.

Por su parte, Montaña y Enríquez (2025) plantean que, el rol de las redes sociales en la política ecuatoriana es paradójico. Aunque se han consolidado como uno de los principales espacios para la obtención de información y la participación ciudadana, su influencia no se traduce necesariamente en cambios directos en el comportamiento electoral. En cambio, su impacto se manifiesta en la construcción de percepciones, particularmente en el fortalecimiento de sentimientos de desconfianza hacia la clase política, lo que incide en la relación entre ciudadanía e instituciones.

Asimismo, la incorporación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, ha introducido nuevas dinámicas en la comunicación política. Freire et al. (2025) destacan que, estas herramientas permiten optimizar las estrategias comunicativas mediante el uso de chatbots, automatización de contenidos y análisis de datos, lo que facilita una interacción más segmentada y eficiente con los públicos. No obstante, este avance también plantea desafíos en términos de autenticidad, manipulación de la información y uso ético de la tecnología en contextos políticos.

Estos aportes evidencian que la comunicación política en la era digital no solo implica la adopción de nuevas herramientas tecnológicas, sino también la reconfiguración

de las relaciones entre actores políticos, medios y ciudadanía. Este escenario dinámico exige el desarrollo de estrategias comunicacionales más complejas, adaptadas a contextos socioculturales específicos y orientadas a garantizar una participación informada en el espacio público digital.

1.2 *Redes Sociales como Espacios de Circulación del Discurso Político*

Las redes sociales se han consolidado como uno de los principales escenarios para la circulación del discurso político en la actualidad. Plataformas como Facebook, X –anteriormente Twitter–, YouTube o TikTok permiten que actores políticos, periodistas, organizaciones sociales y ciudadanos participen activamente en la producción, difusión e intercambio de mensajes políticos. Este entorno digital ha transformado la manera en que se construye la información, al facilitar una comunicación más directa, inmediata y bidireccional.

En este contexto, el acceso a dispositivos móviles ha desempeñado un papel fundamental en la expansión de estos espacios comunicativos. Como señala Fabrica (2024), el ser humano tiene una necesidad constante de informarse, y el uso del teléfono móvil ha facilitado el acceso permanente a contenidos informativos. Esta conectividad continua ha contribuido a que las redes sociales se conviertan en fuentes habituales de información para amplios sectores de la población.

De manera particular, Freire et al. (2025) destacan que, los jóvenes mantienen una relación cotidiana con las redes sociales, utilizándolas como principal medio para

informarse sobre temas de interés público, incluidos los procesos políticos. Plataformas como TikTok, Instagram, YouTube o X han desplazado progresivamente a los medios tradicionales en el consumo informativo de este grupo, lo que evidencia un cambio significativo en los hábitos de acceso a la información.

En este escenario, las redes sociales no solo funcionan como canales de difusión, sino como espacios donde se construye el discurso político. Los actores políticos han adaptado sus estrategias comunicacionales a estas dinámicas, utilizando las plataformas digitales para interactuar con los votantes, posicionar agendas temáticas y generar cercanía con la ciudadanía. Las campañas electorales, por ejemplo, incorporan cada vez más contenidos digitales diseñados para captar la atención de los usuarios y fomentar su participación.

Con la creciente dependencia de las plataformas de redes sociales para obtener información, estos algoritmos desempeñan un papel fundamental en la selección de contenido personalizado que influye en las creencias, preferencias y decisiones de los usuarios (Shekhar y KUMAR, 2025).

Sin embargo, el funcionamiento de estas plataformas no depende únicamente de la actividad de los usuarios. La visibilidad de los contenidos está condicionada por sistemas tecnológicos que organizan y priorizan la información disponible, entre los cuales destacan los algoritmos de recomendación. Estos sistemas determinan qué contenidos son más visibles en función de criterios como la interacción, el tiempo de visualización o las preferencias del usuario.

1.3 Algoritmos y Mediación de la Información en Plataformas Digitales

Los algoritmos constituyen uno de los elementos centrales en el funcionamiento de las plataformas digitales. Estos sistemas informáticos procesan grandes cantidades de datos generados por la interacción de los usuarios con el objetivo de organizar y recomendar contenidos dentro de las redes sociales. De esta manera, no solo facilitan el acceso a la información, sino que también influyen en la forma en que esta se distribuye y consume.

De acuerdo con Suárez y Del Campo (2024), el algoritmo de una red social utiliza datos como clics, interacciones, tiempo de visualización y comportamientos previos para seleccionar qué contenido mostrar. Si bien este proceso permite una mayor personalización, también puede generar efectos como la polarización y la exclusión de puntos de vista alternativos, lo que limita la diversidad informativa.

En este contexto, es importante considerar que la lógica de funcionamiento de los algoritmos no es independiente del ecosistema mediático. Broseta et al. (2023) señalan que, los dirigentes políticos se ajustan cada vez más a las exigencias y necesidades de los medios de comunicación, adoptando discursos, formatos e incluso estilos que resultan atractivos para estos. En el entorno digital, esta adaptación se extiende también a las dinámicas de las plataformas, donde los actores políticos producen contenidos diseñados para captar la atención y generar interacción, alineándose indirectamente con los criterios algorítmicos.

Las plataformas de redes sociales seleccionan información política mediante algoritmos que optimizan la interacción y determinan qué ven y comparten los votantes. La evidencia de la comunicación computacional y la ciencia del comportamiento demuestra que el contenido falso y sensacionalista se propaga más rápido y más lejos que la información verificada, impulsado menos por agentes automatizados que por la dinámica de la atención humana que los algoritmos priorizan (Yang , 2025).

En consecuencia, los contenidos que logran captar mayor atención por parte de los usuarios tienden a adquirir mayor visibilidad dentro del sistema algorítmico, lo que incrementa su alcance y su capacidad de influencia en el debate público. Esta dinámica refuerza la circulación de determinados tipos de mensajes, especialmente aquellos que generan reacciones inmediatas.

En esta línea, García (2025) destaca que, los algoritmos y las técnicas de microtargeting amplifican la propagación de desinformación al priorizar contenidos sensacionalistas y polarizantes. Estas prácticas no solo influyen en las decisiones de los usuarios, sino que también refuerzan las burbujas de filtro y las cámaras de eco, afectando la cohesión social y la confianza en las instituciones.

De este modo, la mediación algorítmica no solo organiza la información, sino que también condiciona la forma en que los discursos políticos se construyen, circulan y adquieren relevancia dentro del entorno digital.

Esta dinámica evidencia que los algoritmos no operan de manera aislada, sino que forman parte de un

ecosistema sociotécnico en el que interactúan intereses económicos, comportamientos de los usuarios y estrategias comunicativas de distintos actores. En este sentido, la mediación algorítmica no solo organiza la información, sino que también influye en la manera en que se configuran las agendas públicas y se posicionan determinados temas dentro del debate social.

Además, la opacidad en el funcionamiento de estos sistemas representa un desafío adicional, ya que los criterios por los que se priorizan los contenidos no siempre son transparentes para los usuarios. Esto limita la capacidad de comprender cómo se construye la información que se consume diariamente y dificulta la adopción de una postura crítica frente a los contenidos digitales.

1.4 *Burbujas Informativas y Personalización del Contenido*

Uno de los efectos más discutidos de la mediación algorítmica en el entorno digital es la personalización de la información. Las plataformas digitales utilizan datos sobre las preferencias y comportamientos de los usuarios para adaptar los contenidos que aparecen en sus redes sociales, lo que configura experiencias informativas diferenciadas para cada individuo.

En este sentido, Rossi (2018) señala que, la burbuja de filtro puede entenderse como una operación de aislamiento informativo generada por los algoritmos de búsqueda y filtrado, que condiciona el acceso a determinados contenidos. Esta idea permite comprender cómo la selección algorítmica no solo organiza la información, sino que también delimita el horizonte informativo de los usuarios.

Complementando esta perspectiva, Chueca (2024) indica que, las burbujas de filtro y las cámaras de eco en las redes sociales influyen en la formación de opiniones al seleccionar la información a la que las personas tienen acceso, aunque advierte que aún no se puede determinar con exactitud el alcance de este efecto. No obstante, resulta evidente que estos mecanismos inciden en la forma en que los usuarios interpretan la realidad.

Desde esta lógica, la personalización algorítmica tiene implicaciones importantes para la comunicación política. Cuando los usuarios interactúan principalmente con contenidos que refuerzan sus propias posiciones ideológicas, se generan entornos informativos relativamente homogéneos, en los que las opiniones divergentes tienen menor presencia.

En esta línea, Astudillo (2024) sostiene que, las plataformas digitales, especialmente a través de las burbujas informativas, propician la creación de microambientes que operan con sus propias reglas y verdades. Este fenómeno dificulta la distinción entre información verificada y desinformación, ya que lo verdadero y lo falso se fragmenta en múltiples realidades digitales.

Además, diversos estudios han señalado que esta dinámica puede contribuir a la polarización política, al limitar el intercambio de ideas entre grupos con diferentes perspectivas y reforzar la exposición selectiva a contenidos afines.

Desde otra perspectiva, Yépez y Erazo (2025) evidencian que, la personalización de contenidos, aplicada en el ámbito del marketing digital, genera altos niveles de compromiso y conexión emocional en los usuarios. Si bien

su estudio se centra en el posicionamiento de marca, sus resultados permiten comprender cómo la segmentación y personalización influyen en la forma en que las personas se relacionan con los contenidos. Trasladado al ámbito político, este fenómeno ayuda a explicar por qué los mensajes personalizados pueden tener un impacto significativo en la construcción de percepciones y en la consolidación de comunidades ideológicas afines.

Estos enfoques permiten entender que la personalización algorítmica no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también influye en la forma en que se construyen las opiniones, se configuran las audiencias y se desarrolla el debate público en el entorno digital.

Ante esto, las burbujas informativas no solo afectan la diversidad del contenido consumido, sino que también influyen en los procesos de socialización política. Al reducir la exposición a perspectivas diversas, se refuerzan las creencias preexistentes y se debilita la posibilidad de construir consensos en el espacio público. Esto plantea implicaciones importantes para la calidad del debate democrático, especialmente en contextos donde la polarización se intensifica.

1.5 *Desinformación en el Ecosistema Digital*

La expansión de las redes sociales también ha facilitado la circulación de contenidos falsos o engañosos, fenómeno conocido como desinformación. En este sentido, Arjona et al. (2024) señalan que, la desinformación se puede definir como la propagación de un dato falso, inexacto o erróneo, diseñado, presentado y promovido para causar daño público o con fines de lucro, a partir de contenidos

que no son reales o se encuentran incompletos. Esta definición permite comprender la intencionalidad que puede existir detrás de ciertos mensajes que circulan en entornos digitales.

En el contexto actual, la desinformación se difunde con gran rapidez debido a las características propias de las plataformas sociales. La posibilidad de compartir contenidos de manera inmediata facilita que determinados mensajes alcancen grandes audiencias en periodos muy cortos de tiempo, lo que incrementa su impacto en la opinión pública.

En este escenario, Freire et al. (2025) destacan que, los usuarios, especialmente los jóvenes, se enfrentan a un entorno comunicativo caracterizado por la sobreabundancia de contenidos y la fragmentación de las fuentes, lo que dificulta distinguir entre información verificada y falsedades deliberadas. Este fenómeno se vincula con la denominada era de la posverdad, en la que las emociones adquieren mayor peso que los hechos y los datos tienden a interpretarse según las creencias previas del receptor.

A ello se suma que los contenidos que apelan a emociones intensas, como el miedo o la indignación, suelen generar mayores niveles de interacción entre los usuarios. Cuando estos contenidos coinciden con los criterios de priorización de los algoritmos, su alcance puede amplificarse considerablemente, lo que favorece su rápida difusión dentro de las redes sociales.

Desde una perspectiva más amplia, Astudillo (2024) plantea que, la desinformación en la era digital constituye un desafío complejo para las democracias, ya que requiere un enfoque integral que incluya educación mediática, desarrollo

del pensamiento crítico y herramientas de verificación de la información. Asimismo, advierte que cualquier estrategia para combatir este fenómeno debe respetar principios fundamentales como la libertad de expresión y el acceso a la información.

Por otra parte, la literatura coincide en señalar que la desinformación no depende únicamente de los sistemas tecnológicos, sino también del comportamiento de los usuarios. En este sentido, Moreno et al. (2024) sostienen que, las noticias falsas no se difunden por sí solas, sino que requieren de la participación de las personas para expandirse. Esto evidencia que los usuarios cumplen un rol clave tanto en la propagación como en la posible contención de la desinformación.

Por ello, los mismos autores destacan que el uso de tecnologías como la inteligencia artificial puede contribuir a limitar la difusión de contenidos falsos mediante el análisis de datos y la detección de patrones informativos. De este modo, se pone de manifiesto que la solución al problema de la desinformación requiere la articulación entre herramientas tecnológicas, responsabilidad social y formación crítica de los usuarios.

De esta manera, la desinformación no debe entenderse únicamente como un problema de contenidos falsos, sino como un fenómeno estructural vinculado a las dinámicas del ecosistema digital. La interacción entre algoritmos, usuarios y plataformas genera condiciones que favorecen la circulación de información engañosa, lo que exige abordajes interdisciplinarios para su comprensión y mitigación.

1.6 Ética y Transparencia en el Uso de Algoritmos

El uso de algoritmos en plataformas digitales ha generado un creciente debate en torno a las implicaciones éticas de estos sistemas en la gestión y circulación de la información. A medida que los algoritmos adquieren un papel central en la organización de contenidos y en la toma de decisiones automatizadas, surge la necesidad de reflexionar sobre los principios que deben guiar su diseño, implementación y uso dentro del entorno digital.

En este sentido, Téllez (2021) plantea que, la ética algorítmica y el desarrollo de una inteligencia artificial confiable dependen, en gran medida, del nivel de concientización de los distintos actores involucrados. Entre ellos se encuentran los diseñadores de algoritmos, los responsables del tratamiento de datos, las instituciones académicas que forman a los profesionales del área, los Estados encargados de regular y prever riesgos, y las empresas que recopilan y procesan información personal. Este enfoque evidencia que la responsabilidad no recae en un solo actor, sino que se distribuye a lo largo de todo el ecosistema digital.

Desde esta perspectiva, la ética en el uso de algoritmos implica garantizar que los sistemas tecnológicos respeten principios fundamentales como la privacidad, la equidad, la transparencia y la protección de los derechos humanos. Sin embargo, en la práctica, muchos de estos sistemas operan bajo lógicas orientadas a la eficiencia y la optimización de resultados, lo que puede generar tensiones entre el rendimiento tecnológico y las consideraciones éticas.

Uno de los principales desafíos en este ámbito es la falta de transparencia en el funcionamiento de los algoritmos. En muchos casos, los usuarios desconocen los criterios mediante los cuales se seleccionan y priorizan los contenidos que consumen, lo que limita su capacidad para comprender cómo se configura su experiencia informativa. Esta opacidad dificulta la identificación de posibles sesgos en los sistemas y reduce la posibilidad de cuestionar las decisiones automatizadas.

Además, la recopilación y uso de datos personales por parte de las plataformas digitales plantea interrogantes sobre el manejo responsable de la información. Tal como sugiere Téllez (2021), las empresas deben implementar buenas prácticas que garanticen la protección de los derechos de los usuarios, evitando que los datos sean utilizados de manera indebida o con fines que puedan afectar su privacidad o integridad.

En el ámbito de la comunicación política, estas cuestiones adquieren una relevancia particular. La utilización de algoritmos para segmentar audiencias, personalizar mensajes y priorizar contenidos puede influir en la forma en que los ciudadanos acceden a la información y construyen sus opiniones. Si estos procesos no se desarrollan bajo principios éticos claros, existe el riesgo de que se refuercen sesgos, se amplifiquen discursos polarizantes o se favorezca la difusión de desinformación.

Metzler y García (2024) proponen que, los algoritmos pueden ser herramientas para promover el bienestar individual y social si se diseñan con valores alineados a la transparencia, la reducción de polarización y la promoción

de contenido constructivo. Plantean que la investigación futura debería enfocarse en desarrollar y evaluar algoritmos que favorezcan emociones positivas, cohesión social y discusiones matizadas.

Por ello, resulta fundamental promover una mayor transparencia en el diseño y funcionamiento de los algoritmos, así como fortalecer los mecanismos de rendición de cuentas por parte de las plataformas digitales. Esto implica no solo informar a los usuarios sobre cómo operan estos sistemas, sino también garantizar que existan marcos regulatorios y éticos que orienten su uso responsable.

1.7 Regulación de Plataformas Digitales y Libertad de Expresión

La libertad de expresión constituye uno de los principios fundamentales en el funcionamiento de las sociedades democráticas, al garantizar la posibilidad de que los ciudadanos accedan, produzcan y difundan información de manera libre. En este sentido, Hidalgo y Andrade (2019) destacan que este derecho no solo permite la construcción de una opinión pública diversa, sino que también ha sido respaldado por múltiples tratados y acuerdos internacionales orientados a su protección.

No obstante, el desarrollo de las plataformas digitales ha introducido nuevos desafíos en torno al ejercicio de este derecho. A diferencia de los medios tradicionales, donde existían estructuras editoriales y marcos regulatorios más definidos, las redes sociales operan en un entorno dinámico donde la producción y difusión de contenidos ocurre de manera descentralizada y, en muchos casos, sin mecanismos claros de control. Esto ha generado tensiones entre la

necesidad de garantizar la libertad de expresión y la urgencia de limitar la circulación de contenidos falsos o perjudiciales.

En este contexto, Crespo y Villalva (2024) plantean la necesidad de adoptar un enfoque multifacético que involucre a diversos actores, como gobiernos, plataformas digitales, organizaciones civiles y la ciudadanía, con el fin de desarrollar estrategias efectivas frente a la desinformación. Esta perspectiva reconoce que la regulación no puede depender únicamente del Estado, sino que requiere una corresponsabilidad entre los distintos actores que participan en el ecosistema digital.

Asimismo, el crecimiento de la desinformación en redes sociales ha impulsado debates sobre la necesidad de actualizar los marcos normativos existentes. Infante et al. (2024) señalan la importancia de reformar la Ley Orgánica de Comunicación para incluir regulaciones específicas sobre el uso de redes sociales, con el objetivo de prevenir la difusión de información incompleta o maliciosa que pueda afectar a terceros. Esta propuesta evidencia la preocupación por adaptar la legislación a las nuevas dinámicas digitales, donde la velocidad de circulación de la información supera muchas veces la capacidad de respuesta institucional.

Corsi (2024) menciona que, los hallazgos sugieren que las plataformas digitales requieren marcos regulatorios que promuevan transparencia en sus sistemas de recomendación y mecanismos para limitar la difusión de contenido dañino, sin menoscabar la libertad de expresión. Además, se resalta la oportunidad de desarrollar algoritmos que prioricen la diversidad y calidad del contenido en lugar del mero engagement, para mejorar la integridad del discurso en línea.

Sin embargo, la regulación de las plataformas digitales plantea un desafío complejo. Por un lado, la ausencia de control puede facilitar la propagación de desinformación, discursos de odio o manipulación informativa. Por otro lado, una regulación excesiva podría derivar en restricciones indebidas a la libertad de expresión, afectando el derecho de los ciudadanos a participar en el debate público. Esta tensión evidencia la necesidad de encontrar un equilibrio entre la protección de los derechos individuales y la garantía de un entorno informativo confiable.

En este sentido, resulta fundamental promover mecanismos de regulación que no solo se centren en la censura o restricción de contenidos, sino que también fomenten la transparencia en el funcionamiento de las plataformas digitales y en los criterios de moderación de información. La claridad en estos procesos permitiría fortalecer la confianza de los usuarios y contribuir a un ecosistema comunicativo más equilibrado.

De igual manera, la regulación debe complementarse con estrategias educativas orientadas al fortalecimiento del pensamiento crítico de los usuarios, de modo que estos puedan identificar información verificada y tomar decisiones informadas en el entorno digital. De esta forma, la protección de la libertad de expresión no se limita a su reconocimiento jurídico, sino que implica garantizar condiciones adecuadas para su ejercicio responsable.

Ante esta situación, la regulación de las plataformas digitales en relación con la libertad de expresión constituye

un desafío central en la actualidad, ya que requiere equilibrar la protección de los derechos fundamentales con la necesidad de enfrentar fenómenos como la desinformación y la manipulación informativa en el entorno digital.

2. Metodología

La investigación se realizó desde una perspectiva cualitativa basada en una revisión sistemática de literatura enfocada a examinar la función de los algoritmos en la circulación del discurso político en redes sociales y su vinculación con la desinformación digital.

La búsqueda documental se llevó a cabo entre los meses de enero y abril de 2026 principalmente en las plataformas Scielo, Redalyc, Dialnet, Mendeley y Google Académico, las cuales fueron consideradas las más pertinentes para las disciplinas de comunicación, ciencias sociales y estudios digitales. Se realizaron búsquedas de la información mediante las siguientes cadenas utilizando los operadores booleanos:

- 1) “algoritmos” AND “redes sociales”
- 2) “algoritmos” AND “comunicación política”
- 3) “algoritmos” AND “desinformación”
- 4) “algoritmos” AND “burbujas”

La selección incluyó trabajos de investigación académicos publicados desde 2018 hasta 2025, artículos arbitrados de acceso abierto, libros especializados, capítulos de libro y trabajos de investigación relacionados directamente con algoritmos, comunicación política, redes sociales y desinformación digital. Además, se consideraron solamente documentos escritos en español y en inglés.

Por otro lado, se descartaron duplicados, documentos que no eran revisados por pares, divulgación científica, notas de prensa y trabajos que no tenían una correlación directa con el objeto de estudio.

La búsqueda preliminar identificó 77 documentos. Algunos se fueron excluyendo después de aplicar los criterios de inclusión/exclusión. De este modo, se seleccionaron documentos académicos, los cuales fueron objeto de análisis cualitativo y son parte de las referencias de este tema.

Luego, se utilizó la técnica de categorizar temáticas, con la cual se agruparon los datos a lo largo de los siguientes ejes analíticos: mediación algorítmica, jerarquización informativa, personalización de contenidos, burbujas informativas, desinformación digital, ética algorítmica y regulación de plataformas. Dicho ordenamiento permitió revelar relaciones conceptuales, asimilaciones y disimilitudes entre los enfoques teóricos abordados.

Por último, se llevó a cabo un análisis interpretativo con la intención de articular los resultados documentales y formular una propuesta de explicación sobre la articulación entre algoritmos, discurso político y desinformación digital. A causa del carácter documental de la investigación, los resultados no son el establecimiento de causalidades directas sino una interpretación de primera mano basada en un análisis del estado del conocimiento científico para el fenómeno examinado.

3. Resultados y Discusión

3.1 *La Mediación de Algoritmos y la Jerarquización del Discurso Político*

Las investigaciones sobre este tema están de acuerdo en que los algoritmos de las redes sociales son intermediarios muy importantes en el discurso político: determinan lo que se ve, lo que se amplifica y lo que se oculta. Esto modifica la esfera pública, promueve contenidos emocionales y sensacionalistas y genera un terreno fértil para la desinformación digital.

La revisión bibliográfica permitió identificar que los algoritmos constituyen uno de los principales mecanismos de mediación en la circulación contemporánea del discurso político. Además, varios estudios destacan que estos sistemas seleccionan, clasifican y jerarquizan los contenidos basándose en métricas de interacción, comportamiento previo de los usuarios y criterios de relevancia determinados por las plataformas digitales (Suárez y Del Campo, 2024; Valenzuela, 2024).

Este proceder lógico implica una transformación de los modos tradicionales en que los individuos acceden a la política, en tanto la visibilidad de los materiales ya no está supeditada exclusivamente a decisiones editoriales humanas sino también a decisiones algorítmicas sobre qué mensajes tienen un mayor alcance público. En ese sentido, los algoritmos son intermediarios con capacidad para incidir indirectamente en la construcción de agendas temáticas y en la formación de opinión pública digital.

Los resultados analizados permiten afirmar que la mediación algorítmica es algo más que una función

técnica. En tanto que establecen mecanismos para seleccionar y priorizar los contenidos, estos sistemas intervienen activamente en la definición de los temas que son relevantes en el debate político contemporáneo.

3.2 ¿Amplificación Emocional o Polarización Política?

La revisión de la literatura muestra que los contenidos políticos, cuando están cargados emocionalmente, tienen más probabilidades de alcanzar niveles más altos de interacción en las plataformas digitales. Estudios recientes han reportado que las comunicaciones relacionadas con emociones como ira, miedo, conflicto o entusiasmo tienen niveles significativamente más altos de participación que los contenidos informativos neutros (Yang, 2025; García, 2025).

Dado que los algoritmos priorizan las publicaciones más interactivas, este tipo de mensajes suelen tener mayor difusión. En este sentido, se construye un proceso de ampliación algorítmica que ayuda a que los contenidos con un alto nivel emocional se sigan difundiendo.

Desde la crítica, esta dinámica implica que el tradicional criterio de relevancia informativa se altera. Si bien antes los medios tradicionales tenían la tendencia a tener privilegios periodísticos relacionados con la actualidad, con el interés público o con verificar hechos, las plataformas sociales priorizan contenidos que tienen mayores oportunidades de captar la atención del usuario.

Consecuentemente, la mediación algorítmica puede contribuir a reforzar ciertas dinámicas de polarización política al permitir la visibilidad de discursos confrontativos y emocionalmente atractivos.

3.3 Personalización Informativa y Fragmentación del Espacio Público Digital

Otro resultado recurrente de la literatura es la relación con los procesos de personalización algorítmica. Las plataformas digitales aplican los datos derivados de la actividad de sus usuarios para personalizar los resultados que ofrecen en sus interfaces y definir los contenidos que más se adecuan a sus intereses, lo que implica la existencia de múltiples versiones del contenido informativo (Guallar y Martínez, 2023).

Algunos autores señalan que esta personalización da lugar a la generación de burbujas informativas y cámaras de eco, las cuales son espacios en los que el contenido es consistente con las preferencias, creencias e intereses previos de los usuarios (Chueca, 2024; Rossi, 2018).

Si bien este procedimiento mejora la experiencia de navegación y hace que los contenidos sean percibidos como más relevantes, también restringe la exposición a puntos de vista diferentes. En consecuencia, la esfera pública digital se fragmenta a su vez en una multiplicidad de espacios informativos relativamente homogéneos, en los que el entrecruzamiento con opciones ideológicas divergentes es menor.

Desde esta perspectiva, la personalización algorítmica incide no solo en el consumo de información, sino también en la configuración de los procesos de construcción de opinión política y formación de identidad colectiva en el entorno digital.

3.4 La Desinformación como Fenómeno Sociotécnico

La revisión realizada permitió confirmar que la desinformación es un fenómeno complejo que no puede explicarse solo por la dinámica de los algoritmos. En contraste, su surgimiento y difusión son el resultado de la interacción entre las dimensiones tecnológica, organizacional y social (Arjona et al., 2024; Moreno et al., 2024).

Los algoritmos incentivan la propagación de contenidos altamente virales, las plataformas brindan las infraestructuras para su circulación masiva, y los usuarios intervienen activamente en la producción, la reproducción, la validación de mensajes. Esta interacción precede la formación de un ecosistema de información que puede desencadenar la propagación de contenidos engañosos o falsos.

Además, distintos estudios señalan que la velocidad de propagación de la desinformación se ve incrementada cuando los contenidos generan emociones fuertes o se refieren a creencias predispuestas de los usuarios. En estos casos la combinación de amplificación algorítmica y comportamiento social exagera drásticamente la difusión de la información falsa.

Por ende, los resultados indican que toda intervención para contrarrestar la desinformación debería tener en cuenta medidas tecnológicas, educativas, regulatorias y culturales de manera conjunta.

3.5 Propuesta: Modelo de Mediación Algorítmica del Discurso Político

A partir del análisis de la literatura revisada, se presenta el Modelo de Mediación Algorítmica del Discurso Político, una estructura conceptual que integra los hallazgos más relevantes identificados durante la investigación, permitiendo comprender de manera integral la relación entre algoritmos, discurso político y desinformación digital.

El modelo se organiza en cuatro niveles interdependientes:

- 1) **Producción de Contenidos Políticos:** En este primer nivel, participan actores políticos, medios de comunicación, organizaciones sociales y usuarios. Estos generan mensajes que fluyen constantemente en el ecosistema digital.
- 2) **Mediación Algorítmica:** El segundo nivel se refiere a la mediación algorítmica, donde los algoritmos clasifican, jerarquizan y distribuyen los contenidos, utilizando variables como interacción, relevancia, tiempo de visualización y comportamiento previo de los usuarios
- 3) **Personalización Informativa:** En el tercer nivel, se produce la personalización informativa. A raíz de los procesos de selección algorítmica, cada usuario accede a un entorno informativo único, lo que favorece la creación de burbujas de filtro y cámaras de eco.
- 4) **Efectos Sociopolíticos:** Finalmente, el cuarto nivel abarca los efectos sociopolíticos que derivan de este proceso. Entre estos efectos se encuentran

la amplificación emocional de los mensajes, la polarización ideológica, la fragmentación del debate público y la propagación de desinformación.

Este modelo permite entender que la desinformación no surge únicamente por la existencia de contenidos falsos, sino por la interacción constante entre actores sociales, plataformas digitales y sistemas algorítmicos. De este modo, se propone una interpretación integradora que va más allá de las explicaciones centradas únicamente en la dimensión tecnológica del fenómeno.

Figura 1

Modelo de Mediación Algorítmica del Discurso Político



Nota. Elaboración propia, con base en información de este estudio.

4. Conclusiones

La investigación ha evidenciado que los algoritmos se han convertido en actores clave en la comunicación política contemporánea, gracias a su capacidad para organizar, jerarquizar y distribuir los contenidos que circulan en las plataformas digitales.

Los resultados indican que la lógica algorítmica, fundamentada en indicadores de interacción, favorece la visibilidad de contenidos emocionalmente intensos. Esto contribuye a la amplificación de discursos polarizantes y altera las dinámicas tradicionales del debate público.

Además, se ha identificado que los procesos de personalización informativa facilitan la creación de burbujas de filtro y cámaras de eco, lo que limita la exposición a perspectivas diversas y promueve la fragmentación del espacio público digital.

Asimismo, se ha constatado que la desinformación es un fenómeno sociotécnico complejo que surge de la interacción entre algoritmos, plataformas digitales y el comportamiento de los usuarios. Por lo tanto, las estrategias para abordar este problema deben adoptar enfoques integrales que combinen herramientas tecnológicas, alfabetización mediática, transparencia algorítmica y marcos regulatorios adecuados.

Como aporte teórico del estudio, se presenta el Modelo de Mediación Algorítmica del Discurso Político, que permite comprender de manera integrada los mecanismos a través de los cuales los algoritmos influyen en la circulación del discurso político y en la propagación de la desinformación digital.

Finalmente, se considera esencial llevar a cabo futuras investigaciones empíricas que validen y amplíen el modelo propuesto en diferentes contextos sociopolíticos y plataformas digitales, contribuyendo así al desarrollo del conocimiento sobre la comunicación política en entornos digitales.

5. Referencias

- Arjona Granados, M., Agramón Mata, J., & Lechuga Cardozo, J. (2024). La desinformación en la percepción de los usuarios de internet. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 19(2), 143-165. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2024v19n2.12008>
- Astudillo Muñoz, J. (2024). Desinformación: aproximación conceptual, riesgos y remedios. *Derecho PUCP*(93), 55-97. <https://doi.org/https://doi.org/10.18800/derechopucp.202402.002>
- Broseta Dupré, B., Escribá Esteve, A., López García, G., Maudos Villarroya, J., & Pascual Lavilla, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital* (Primera ed.). España: Fundación BBVA. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf
- Chueca Del Cerro, C. (2024). El poder de las redes sociales y la burbuja de filtros de las redes sociales en la configuración de la polarización: un modelo basado en agentes. *Appl Netw Sci*, 9(69), 1-32. <https://doi.org/10.1007/s41109-024-00679-3>
- Corsi, G. (2024). Evaluación de la amplificación algorítmica de contenido de baja credibilidad por parte de Twitter: un estudio observacional. *EPJ Data Sci*, 13(18). <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-024-00456-3>
- Crespo Carchi, G., & Villalva, D. (2024). Libertad de expresión frente a la regulación en la difusión de contenidos en internet. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(5), 339-352. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.5.2602>

- Fabrica Huarayo, J. (2024). Distopía en un Mundo Conectado Dependencia Digital: El Costo de la Hiperconectividad Informática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 832-848. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13458
- Freire Sierra, P., Garzón Rios, P., Zuñiga Oñate, J., Carchi Andía, G., & Zambrano Zambrano, V. (2025). Factores del modelo de Wolton en comunicación política a jóvenes electores. Guayaquil, Ecuador: Livingworking Editorial. <https://doi.org/10.63792/978-9942-580-40-5>
- Freire Sierra, P., Herrera Valdivieso, M., Zuñiga Oñate, J., Escobar Sánchez, S., & Carchi Andía, G. (2025). Comunicación en la política en tiempos de tiktok: límites de la libertad de expresión en internet. Guayaquil, Ecuador: Livingworking Editorial. <https://liveworkingeditorial.com/product/comunicacion-en-la-politica-en-tiempos-de-tiktok-limites-de-la-libertad-de-expresion-en-internet/>
- García López, J. (2025). Redes sociales, publicidad y desinformación: análisis transdisciplinar sobre fake news y su uso publicitario en la cultura de consumo digital. *VISUAL Review*, 17(3), 103-115. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5779>
- Guallar, J., & Martínez Cañadas, E. (2023). Filtros burbuja y gestión personal de los algoritmos. *Anuario ThinkEPI*, 17, 1-5. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a10>

- Hidalgo Albuja, P., & Andrade Lara, A. (2019). Los retos de la libertad de expresión en la era digital. *Revista Enfoques de la Comunicación*(2), 37-50. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/192/1/Los%20retos%20de%20la%20libertad%20de%20expresi%C3%B3n%20en%20la%20era%20digital.pdf
- Infante Miranda, M., Coba Morales, C., Hurtado Lomas, C., & Quiñonez Medina, M. (2024). Libertad de expresión en plataformas digitales: un análisis en el contexto ecuatoriano. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.(111), 1-17. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v12i.4510>
- Mena Farfán, K., La Rosa Feijoo, O., Arroyo Coico, R., Mogollón Medina, J., & Mejía Benavides, A. (2024). Estrategias de comunicación política y fidelización del electorado en la era digital. *Revista Punto Cero*, 29(49), 73-87. <https://doi.org/10.35319/puntocero.202449243>
- Metzler, H., & García, D. (2024). Factores sociales y mecanismos algorítmicos en los medios digitales. *Perspectives on Psychological Science*, 19(5), 735-748. <https://doi.org/0.1177/17456916231185057>
- Montaño Moncay, N., & Enríquez Fierro, C. (2025). Comunicación política en la era digital: Influencia de las redes sociales en la percepción pública y el voto. *Runas. Journal of Education and Culture*, 6(12). <https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.273>
- Moreno Espinosa, P., Abdulsalam Alsarayreh, R., & Figuereo Benítez, J. (2024). El Big Data y la inteligencia

- artificial como soluciones a la desinformación. *Doxa Comunicación*(38), 437-451. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2029>
- Rossi , A. (2018). ¿Burbujas de filtro? Hacia una fenomenología algorítmica. *INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN*, 13(1), 263-281. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2836>
- Santos Palma, J., Reyes Andrade , J., & Mendoza Pinoargote , J. (2025). Sociedad digital y desinformación: un análisis del impacto en la comunicación política contemporánea. *Polo del Conocimiento*, 10(7), 2906-2924. <https://doi.org/10.23857/pc.v10i7.10057>
- Shekhar, R., & KUMAR, V. (mayo de 2025). Impacto de los algoritmos de las redes sociales en la toma de decisiones públicas. *Revista Internacional de Investigación Científica en Ingeniería y Gestión*, 9(5). <https://doi.org/10.55041/IJSREM48984>
- Suárez Poveda, J., & Del Campo Saltos, G. (2024). Algoritmos en redes sociales y estrategias comunicacionales para el posicionamiento de medios tradicionales. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(6), 1670 - 1686. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3114>
- Téllez Carvajal, E. (2021). Derechos humanos, ética y transparencia algorítmica. *Universidad de Sevilla*, 7(1), 370 - 386. <https://doi.org/0.12795/ IESTSCIENTIA.2021.i01.19>
- Valenzuela, S. (2024). Cuando los algoritmos son editores: Cómo las redes sociales, la IA y la desinformación alteran el consumo de noticias. *Comunicación*

- y Medios, 33(49), 186-191. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74976>
- Villavicencio Santillan, W. (2021). El Discurso Político. Guayaquil, Ecuador: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, ULVR. https://www.ulvr.edu.ec/wp-content/uploads/2024/06/file_1708982576.pdf
- Viñas, R., Belinche, M., Secul Giusti, C., & López, Y. (2023). Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio: Disputas y tensiones en el escenario latinoamericano. *Revista Más Poder Local*, 51, 43-59. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.118>
- Yang , R. (2025). El papel de los algoritmos de las redes sociales en la amplificación de la desinformación en las elecciones políticas. *Communications in Humanities Research*, 84, 73-78. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.29695>
- Yépez-Moreira, M., & Erazo Ivarez, J. (2025). La segmentación de audiencias en el marketing de contenidos. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 5, 453-465. <https://doi.org/10.62574/rmpi.v5ieconomica.393>
- Zuñiga Oñate, J. (2022). Tendencias de la comunicación política en la era digital en Ecuador. *Scripta Mundi*, 1(2), 22-42. <https://doi.org/10.53591/scmu.v1i2.323>