Transformación Digital y Conocimiento /julio-diciembre 2026/ Vol. 4, - No. 2
Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

Una perspectiva crítica sobre las narrativas mediáticas y su influencia en la opinión pública contemporánea

A critical perspective on media narratives and their influence on contemporary public opinion

RESUMEN

Las narrativas mediáticas intervienen en la manera en que la ciudadanía interpreta los acontecimientos, atribuye responsabilidades y construye juicios sobre asuntos políticos, sociales y culturales. En el ecosistema digital contemporáneo, estas narrativas circulan por medios periodísticos, redes sociales, plataformas de video, mensajería y canales de creadores de contenido, bajo sistemas de recomendación que condicionan su visibilidad. El objetivo de este artículo es revisar críticamente la literatura publicada entre 2020 y 2026 sobre la relación entre narrativas mediáticas, desinformación, plataformas digitales y formación de la opinión pública. Se realizó una revisión narrativa de investigaciones académicas e informes institucionales sobre psicología de la desinformación, consumo de noticias, participación política y gobernanza de plataformas. La síntesis se organiza en cinco ejes: encuadre y selección de temas, circulación algorítmica, emociones y polarización, desinformación y confianza pública, y alfabetización mediática y respuestas regulatorias. La literatura muestra que los medios no determinan mecánicamente lo que piensa la población, pero sí contribuyen a establecer qué temas reciben atención, qué interpretaciones resultan disponibles y qué grupos aparecen como responsables o afectados. Las plataformas digitales amplían el acceso y la participación, al tiempo que pueden acelerar la difusión de contenidos engañosos y fragmentar los espacios informativos. Se concluye que una opinión pública más autónoma requiere pluralismo mediático, transparencia, verificación, educación crítica y responsabilidades institucionales compatibles con la libertad de expresión.

PALABRAS CLAVE: narrativas mediáticas, opinión pública, encuadre, desinformación, redes sociales, alfabetización mediática.

ABSTRACT

Media narratives shape how citizens interpret events, assign responsibility, and form judgments about political, social, and cultural issues. In today's digital ecosystem, narratives circulate through journalism, social media, video platforms, messaging apps, and content creators, while recommendation systems influence their visibility. This article critically reviews literature published between 2020 and 2026 on the relationship between media narratives, disinformation, digital platforms, and public opinion. A narrative review of academic research and institutional reports on misinformation psychology, news consumption, political participation, and platform governance was conducted. The synthesis covers framing and agenda setting, algorithmic distribution, emotions and polarization, disinformation and public trust, and media literacy and regulatory responses. The literature suggests that media do not mechanically determine what people think, but they help shape which issues receive attention, which interpretations are available, and which groups are portrayed as responsible or affected. Digital platforms broaden access and participation, while also accelerating misleading content and fragmenting shared information spaces. A more autonomous public sphere requires media pluralism, transparency, verification, critical education, and institutional accountability compatible with freedom of expression.

KEYWORDS: media narratives, public opinion, framing, disinformation, social media, media literacy..

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CONOCIMIENTO

Recepción: 01/10 /2026

Aceptación: 10 /10/2026

Publicación: 31/12/2026

AUTOR/ES

MSc. Cañar Lalangui Janeth Alexandra
MSc. Morocho Paladines Lourdes Marina
Lic. Armijos Espinoza Jenny Rocio
MSc. Cañar Lalangui Carmen Beatriz

janeth.canar@educacion.gob.ec
lourdes.morochop@educacion.gob.ec
jennyarmijos193@gmail.com
beatriz.canar@educacion.gob.ec

Distrito 19D04 El Pangui - Yantzaza - Educación.
Unidad Educativa Arutam Independiente
Unidad Educativa 10 De Noviembre

Zamora Chinchipe - Ecuador
Zamora Chinchipe - Ecuador
Zamora Chinchipe - Ecuador
Zamora Chinchipe-Ecuador

CITACIÓN:
Cañar, J. Morocho, L. Armijos, J. & Cañar, C. (2026). Una perspectiva crítica sobre las narrativas mediáticas y su influencia en la opinión pública contemporánea. Revista InnovaSciT. *4 (2,). p. 1449 – 1459.*

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

INTRODUCCIÓN

La opinión pública no surge de manera aislada ni representa la suma directa de preferencias individuales. Se forma mediante conversaciones, experiencias, instituciones, conocimientos previos y mensajes que circulan en el espacio público. Las narrativas mediáticas cumplen una función central en este proceso porque organizan acontecimientos complejos en relatos comprensibles: seleccionan protagonistas, establecen causas, sugieren consecuencias y ofrecen marcos morales para evaluar lo ocurrido. Su influencia no consiste únicamente en informar, sino también en orientar la atención y delimitar las interpretaciones que parecen plausibles.

El ecosistema mediático actual combina medios tradicionales, plataformas digitales, redes sociales, mensajería privada, podcasts e influencers. El Reuters Institute (Newman, 2025) describe una transición sostenida hacia el consumo de noticias mediante redes sociales y plataformas de video, junto con dificultades de los medios tradicionales para mantener la atención y la confianza de sus audiencias. Este cambio no significa que el periodismo profesional haya dejado de importar, sino que compite con un conjunto más fragmentado de actores, estilos y criterios de credibilidad.

Las narrativas pueden hacer visible un problema ignorado, facilitar la comprensión de datos complejos y dar voz a comunidades excluidas. También pueden simplificar en exceso, estigmatizar grupos, convertir hechos aislados en supuestas tendencias o presentar interpretaciones interesadas como hechos indiscutibles. Por ello, una perspectiva crítica debe evitar tanto la idea de que los medios controlan por completo a las audiencias como la afirmación contraria de que las personas interpretan la información sin condicionamientos.

La investigación sobre desinformación indica que las creencias no dependen únicamente de la exactitud del mensaje. Influyen la familiaridad, la identidad grupal, las emociones, la confianza en la fuente y la dificultad de corregir una información que ya se ha incorporado al razonamiento. Ecker et al. (2022) explican que la información errónea puede seguir influyendo incluso después de ser corregida, lo que subraya la importancia de la prevención, la verificación y las correcciones claras.

El objetivo de este artículo es examinar críticamente cómo las narrativas mediáticas contribuyen a configurar la opinión pública contemporánea, prestando atención a los encuadres, la circulación algorítmica, las emociones, la desinformación y las estrategias de alfabetización mediática. La pregunta orientadora es: ¿de qué manera las narrativas mediáticas influyen en la atención, la interpretación y el juicio público, y qué condiciones favorecen una ciudadanía informada y autónoma?

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

MÉTODOS Y MATERIALES

Se desarrolló una revisión narrativa de literatura publicada entre 2020 y 2026. Se consideraron artículos académicos revisados por pares, revisiones sistemáticas, investigaciones sobre hábitos de consumo informativo e informes de organismos especializados en medios y gobernanza digital. La búsqueda dirigida utilizó términos en español e inglés: narrativas mediáticas, opinión pública, framing, agenda setting, misinformation, disinformation, digital media and democracy, social media news, platform governance y media literacy.

Se seleccionaron fuentes que abordaran al menos uno de los siguientes ejes: selección y encuadre de acontecimientos; efectos de los medios digitales en participación, confianza o polarización; mecanismos psicológicos de aceptación de información errónea; consumo de noticias en plataformas; y medidas de alfabetización, verificación o gobernanza. La evidencia se organizó temáticamente y se distinguieron resultados empíricos, síntesis de estudios y recomendaciones institucionales.

Esta revisión no es una revisión sistemática exhaustiva ni un metaanálisis. Los estudios analizados difieren en países, diseños, sistemas mediáticos y variables de resultado. Por ello, las asociaciones identificadas no se interpretan automáticamente como relaciones causales universales y se presta atención a la diferencia entre percepción de desinformación, exposición real a contenidos falsos y efectos demostrados sobre actitudes o conductas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Narrativas mediáticas: selección, encuadre y construcción de sentido

Una narrativa mediática no es simplemente una noticia aislada. Es una forma de organizar información mediante una secuencia de hechos, personajes, causas y consecuencias. En la cobertura de un conflicto, por ejemplo, la selección de fuentes, el orden de los acontecimientos, las imágenes y los términos empleados pueden destacar la responsabilidad de una institución, la experiencia de las víctimas o la amenaza que percibe una comunidad. Aunque toda comunicación requiere selección, el análisis crítico pregunta qué se incluye, qué queda fuera y qué evidencia respalda la interpretación propuesta.

El establecimiento de agenda se refiere a la capacidad de los medios y otros actores para influir en qué asuntos reciben atención pública; el encuadre alude a cómo se presenta e interpreta un asunto. Estos procesos no garantizan que la audiencia adopte una posición idéntica a la del emisor. Las personas interpretan los mensajes a partir de sus experiencias, identidades, conocimientos y conversaciones. No obstante, la repetición y prominencia de ciertos temas pueden hacer que parezcan más urgentes, representativos o socialmente relevantes que otros.

El encuadre se observa en decisiones aparentemente pequeñas: describir una protesta como expresión de participación o como amenaza al orden; presentar una política pública

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

como inversión social o como gasto; explicar la pobreza desde condiciones estructurales o desde supuestas fallas individuales. Estas alternativas pueden apoyarse en hechos parcialmente coincidentes, pero producen énfasis distintos. Una lectura crítica no consiste en asumir que todo encuadre es manipulación, sino en comparar enfoques, identificar supuestos y comprobar la evidencia disponible.

El pluralismo informativo es relevante porque una sola narrativa difícilmente recoge todas las dimensiones de un acontecimiento. La diversidad de fuentes y perspectivas puede ampliar la comprensión, aunque la mera coexistencia de opiniones no garantiza calidad: también se necesita distinguir testimonios, análisis, datos comprobables y afirmaciones sin sustento. La responsabilidad periodística exige contextualizar, corregir errores y evitar que el equilibrio aparente otorgue el mismo peso a una evidencia sólida y a una afirmación desacreditada.

2. Plataformas digitales, algoritmos y fragmentación informativa

Las plataformas digitales modificaron las rutas por las que la ciudadanía encuentra información. Parte del público llega a las noticias a través de recomendaciones, publicaciones compartidas, videos breves o creadores de contenido, en vez de ingresar directamente a un medio. El Digital News Report 2025 registra el crecimiento del consumo informativo por redes y video, y describe un entorno más fragmentado en el que influencers y personalidades tienen un papel visible en los debates públicos (Newman, 2025).

Los sistemas de recomendación ordenan contenidos mediante señales como interacciones, historial, popularidad y preferencias estimadas. Esta selección puede ayudar a descubrir información pertinente, pero también reduce la transparencia sobre por qué una publicación aparece y otra no. Los usuarios suelen controlar algunas elecciones —a quién seguir o qué buscar—, mientras que la plataforma decide parte de la secuencia y prominencia del contenido. Por eso, la exposición informativa no depende únicamente de una decisión consciente del ciudadano.

Los estudios sobre medios digitales y democracia muestran resultados heterogéneos. Lorenz-Spreen et al. (2023) revisaron 496 artículos con evidencia causal y correlacional sobre medios digitales y variables políticas. Encontraron asociaciones potencialmente beneficiosas, como mayor participación e información política, junto con otras preocupantes, como disminución de confianza o aumento de polarización en ciertos contextos. Esta revisión desaconseja tratar la tecnología como una fuerza con un efecto único: los resultados dependen del sistema político, el diseño de la plataforma, las prácticas de uso y la variable estudiada.

La fragmentación informativa puede dificultar que diferentes grupos compartan un conjunto básico de hechos, pero no debe confundirse automáticamente con aislamiento total en burbujas. Las personas pueden exponerse a contenidos diversos y, aun así, interpretarlos de manera selectiva. La cuestión crítica es evaluar cómo se distribuyen los contenidos, qué

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

incentivos premian la atención y qué posibilidades tienen los usuarios de rastrear el origen de una afirmación o acceder a fuentes alternativas.

El diseño de plataformas también puede favorecer mensajes que despiertan indignación, miedo o sorpresa, porque esas emociones impulsan interacciones. Esto no significa que todo contenido emocional sea falso ni que toda recomendación algorítmica sea dañina. Significa que la lógica de visibilidad puede no coincidir con los criterios de relevancia pública, veracidad o deliberación democrática. La transparencia sobre sistemas de recomendación, moderación y publicidad política es parte de la discusión sobre responsabilidad.

3. Emoción, identidad y polarización

Las narrativas mediáticas conectan los acontecimientos con valores, temores, aspiraciones y pertenencias. Un mensaje que presenta un hecho como amenaza a la identidad de un grupo puede activar respuestas más intensas que una descripción puramente técnica. Las emociones ayudan a decidir qué merece atención, pero también pueden reducir la disposición a examinar evidencia contraria cuando la información se interpreta como un ataque a la comunidad propia.

Ecker et al. (2022) sintetizan factores cognitivos, sociales y afectivos que influyen en la aceptación de información errónea y en su resistencia a la corrección. La familiaridad puede hacer que una afirmación parezca verdadera después de repetirse; la identidad grupal puede motivar a aceptar mensajes favorables al propio grupo; y una corrección tardía no siempre elimina la influencia del relato original. Estos mecanismos no implican que las audiencias sean irracionales por naturaleza, sino que el juicio humano depende del contexto y de recursos limitados de atención.

La polarización tiene dimensiones distintas. La polarización ideológica se refiere a la distancia entre posiciones políticas; la afectiva describe el rechazo o desconfianza hacia quienes pertenecen a otros grupos. Una narrativa puede intensificar la polarización afectiva al representar al adversario como malintencionado o peligroso, incluso cuando las diferencias programáticas son limitadas. Sin embargo, la existencia de discursos polarizantes no prueba por sí sola que toda la población esté polarizada ni que las redes sean la única causa.

Una lectura crítica requiere identificar estrategias retóricas como la generalización a partir de un caso, la falsa dicotomía, la deshumanización, la atribución de intenciones sin pruebas y el uso de anécdotas como si fueran datos representativos. También requiere evitar el error inverso de descartar toda crítica intensa como desinformación. La evaluación debe centrarse en la evidencia, la coherencia del argumento y la posibilidad de refutar las afirmaciones.

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

4. Desinformación, información errónea y confianza pública

Conviene distinguir desinformación, información errónea y contenidos engañosos. La información errónea es falsa o inexacta, aunque quien la comparte no necesariamente tenga intención de engañar; la desinformación suele implicar una intención deliberada de manipular; y el contenido engañoso puede combinar datos verdaderos con omisiones, imágenes fuera de contexto o titulares que conducen a una interpretación equivocada. Estas categorías no siempre pueden determinarse solo a partir de la publicación, por lo que se necesita investigar el contexto y la procedencia.

El informe de Newman (2025) encontró que una proporción importante de las personas encuestadas expresaba preocupación por distinguir lo verdadero de lo falso en las noticias en línea. El informe también destaca el papel que el público atribuye a políticos, influencers y plataformas en la difusión de información engañosa. Estas cifras describen percepciones declaradas en los mercados estudiados; no equivalen a una medición directa de cuánta desinformación vio cada persona ni permiten asumir que todos los países presentan el mismo patrón.

Una encuesta de Pew Research Center sobre noticias en TikTok, X, Facebook e Instagram encontró que una gran parte de quienes consumen noticias en estas plataformas dice encontrarse al menos algunas veces con contenidos que parecen inexactos. También observó que los usuarios perciben que las plataformas influyen en las noticias que ven (Shearer et al., 2024). Como se trata de respuestas de participantes estadounidenses, sus resultados deben utilizarse como evidencia contextual y no como una estimación directa para todos los países.

La repetición de una afirmación falsa puede dejar una huella incluso después de una rectificación. Por eso, la corrección debe ser visible, específica y acompañada de una explicación alternativa que permita comprender qué ocurrió realmente. Ecker et al. (2022) revisan la evidencia sobre correcciones y prevención, incluyendo intervenciones previas —a veces denominadas prebunking— que enseñan a reconocer tácticas de manipulación antes de encontrar un contenido engañoso.

La confianza pública también puede erosionarse cuando las instituciones responden de forma opaca, tardía o contradictoria. No toda desconfianza es irracional: el periodismo y las autoridades deben poder ser cuestionados. La meta no es pedir confianza ciega, sino facilitar una confianza calibrada basada en transparencia, independencia editorial, corrección de errores, trazabilidad de fuentes y rendición de cuentas.

5. Influencia en la opinión pública y límites de las explicaciones simplistas

La influencia de las narrativas mediáticas opera a través de varios mecanismos: selección de temas, repetición, encuadre causal, atribución de responsabilidad, activación emocional y circulación interpersonal. Estos mecanismos pueden contribuir a cambiar la

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

importancia que una persona asigna a un problema, los criterios con los que evalúa a un actor o la disposición a participar en una acción. Sin embargo, no permiten predecir de manera uniforme el comportamiento individual, porque intervienen factores económicos, culturales, familiares e institucionales.

La opinión pública tampoco es una entidad homogénea. Las diferencias de edad, educación, territorio, lengua, experiencia política y acceso a medios producen interpretaciones distintas. Un mismo relato puede ser recibido como información útil por una audiencia, como propaganda por otra y como irrelevante por una tercera. El análisis debe observar tanto los mensajes como las condiciones de recepción y las conversaciones en las que adquieren sentido.

Gubbala y Austin (2024), en un análisis de encuestas de 27 países, encontraron que muchas personas reconocían beneficios democráticos de las redes sociales —como el acceso a información y la posibilidad de activismo—, aunque también persistían preocupaciones por sus efectos negativos. El hallazgo refleja una tensión importante: las mismas plataformas pueden facilitar la expresión y movilización ciudadana, al tiempo que amplifican rumores, hostilidad o contenidos polarizantes.

Por tanto, es necesario diferenciar entre exposición, persuasión y conducta. Que una persona vea una narrativa no significa que la crea; que la crea no implica que cambie su voto o comportamiento; y que una tendencia política coincida con un relato mediático no demuestra que este haya sido su causa. Los estudios causales, experimentales y longitudinales son necesarios para estimar mejor estos vínculos, mientras que los análisis cualitativos permiten comprender cómo las personas interpretan los mensajes.

6. Responsabilidad periodística, gobernanza y alfabetización mediática

La respuesta a los riesgos del ecosistema informativo no puede limitarse a retirar publicaciones. La gobernanza debe considerar transparencia de plataformas, acceso de investigadores a datos, explicación de sistemas de recomendación, publicidad política, protección de derechos y procedimientos de apelación. UNESCO (2023) plantea que la gobernanza de plataformas digitales debe proteger la libertad de expresión y el acceso a información, a la vez que aborda riesgos de desinformación, discurso de odio y otros daños. Una regulación legítima requiere reglas claras y salvaguardas frente a la censura arbitraria.

La alfabetización mediática e informacional ofrece herramientas para que las personas evalúen la procedencia de un mensaje, distingan hechos de opiniones, reconozcan publicidad, comparen fuentes y comprendan cómo se construyen las narrativas. Guess et al. (2020) encontraron que una intervención de alfabetización mediática digital mejoró la capacidad de distinguir noticias convencionales de noticias falsas en experimentos realizados en Estados Unidos e India. El resultado respalda la enseñanza explícita de criterios de evaluación, aunque no implica que una intervención breve resuelva todos los problemas de desinformación.

Pennycook et al. (2021) mostraron que dirigir la atención hacia la exactitud de una

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

información puede mejorar la calidad de las decisiones de compartir contenido en línea. La intervención sugiere que parte del problema no siempre es una creencia consolidada, sino que las personas no consideran la precisión en el momento de compartir. Promover una pausa para comprobar una afirmación puede ser una estrategia complementaria a la verificación profesional y a las medidas institucionales.

En la práctica educativa y periodística, una rutina de verificación puede incluir cuatro preguntas: ¿quién publica?, ¿qué evidencia aporta?, ¿qué fuentes independientes confirman la afirmación? y ¿qué información contextual falta? Para imágenes y videos, deben revisarse fecha, lugar, origen y posibles ediciones. La búsqueda inversa de imágenes, la consulta de documentos originales y la comparación con medios independientes pueden ayudar a detectar material fuera de contexto.

Las organizaciones periodísticas deben explicar sus métodos, separar información de opinión, corregir errores con visibilidad comparable a la publicación original y evitar titulares que exageren lo que los datos permiten afirmar. Las instituciones públicas, por su parte, deben publicar información verificable y responder preguntas legítimas. La alfabetización ciudadana no puede utilizarse como excusa para transferir toda la responsabilidad al usuario: las plataformas y los productores profesionales también tienen obligaciones.

DISCUSIÓN

La revisión muestra que las narrativas mediáticas influyen en la opinión pública no mediante un control total de las creencias, sino al estructurar la visibilidad de los asuntos, ofrecer marcos interpretativos y circular dentro de entornos sociales y tecnológicos específicos. Los resultados sobre medios digitales y democracia son mixtos, con efectos que pueden favorecer participación e información o contribuir a desconfianza y polarización según las condiciones (Lorenz-Spreen et al., 2023). Por ello, los diagnósticos deben especificar la plataforma, el contexto político y el resultado observado.

La desinformación se entiende mejor como un problema sociotécnico que como una simple suma de personas que comparten falsedades. Intervienen incentivos de atención, redes de confianza, emociones, falta de contexto, debilidades institucionales y decisiones de diseño. Las correcciones y las intervenciones de alfabetización pueden ayudar, pero sus efectos dependen de cuándo se aplican, cómo se presentan y si las personas tienen acceso a fuentes confiables.

Una perspectiva crítica debe evitar dos extremos: asumir que las audiencias son receptoras pasivas y creer que la elección individual basta para explicar el entorno informativo. La ciudadanía interpreta y cuestiona los mensajes, pero no controla por completo la distribución algorítmica ni los recursos de visibilidad. Se necesitan competencias personales, periodismo de calidad, transparencia institucional y reglas democráticas para las plataformas.

Esta revisión tiene límites. Su carácter narrativo no permite calcular un efecto

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

promedio de las narrativas sobre la opinión pública. Las fuentes incluyen estudios de distintos países y metodologías; algunos informes se basan en encuestas de percepción y otros en diseños experimentales o revisiones sistemáticas. Los resultados deben extrapolarse con prudencia al contexto latinoamericano y ecuatoriano, donde las relaciones entre medios, actores políticos, sistemas de comunicación y confianza pública requieren investigación contextual específica.

CONCLUSIONES

Las narrativas mediáticas desempeñan un papel relevante en la formación de la opinión pública al seleccionar temas, organizar acontecimientos y proponer interpretaciones sobre causas, responsabilidades y consecuencias. Su influencia es importante, pero no automática: las audiencias interpretan los mensajes desde sus experiencias, identidades y conocimientos, y los efectos dependen del contexto social y político.

Las plataformas digitales ampliaron el acceso a información y las oportunidades de participación, pero también hicieron más fragmentaria la circulación de noticias y aumentaron la importancia de algoritmos, influencers y contenidos diseñados para captar atención. La evidencia sobre democracia y medios digitales es heterogénea; por ello, se deben evitar afirmaciones universales sobre beneficios o daños.

La desinformación puede persistir por repetición, familiaridad, identidad y emociones, incluso después de una corrección. Para reducir sus efectos se requieren verificación transparente, correcciones oportunas, atención a la exactitud antes de compartir y alfabetización mediática. Estas medidas deben complementarse con responsabilidades de plataformas, medios e instituciones públicas.

Finalmente, una opinión pública autónoma necesita pluralismo, independencia periodística, acceso a fuentes confiables, transparencia tecnológica y formación ciudadana para analizar críticamente los relatos. La meta no es imponer una narrativa oficial, sino fortalecer las condiciones para que las personas contrasten evidencias, reconozcan incertidumbres y participen en el debate democrático con mayor criterio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. Nature Reviews Psychology, 1, 13–29. https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y

European Parliament and Council of the European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a single market for digital services (Digital Services Act). Official Journal of the European Union. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj

Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J., & Sircar, N. (2020). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. Proceedings of the National Academy of Sciences, 117(27), 15536–15545. https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117

Gubbala, S., & Austin, S. (2024, February 23). Majorities in most countries surveyed say social media is good for democracy. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/02/23/majorities-in-most-countries-surveyed-say-social-media-is-good-for-democracy/

Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2023). A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy. Nature Human Behaviour, 7, 74–101. https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1

Newman, N. (2025, June 17). Overview and key findings of the 2025 Digital News Report. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. Nature, 592, 590–595. https://doi.org/10.1038/s41586-021-03344-2

Shearer, E., Naseer, S., Liedke, J., & Matsa, K. E. (2024, June 12). How Americans get news on TikTok, X, Facebook and Instagram. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/journalism/2024/06/12/how-americans-get-news-on-tiktok-x-facebook-and-instagram/

UNESCO. (2023). Guidelines for the governance of digital platforms: Safeguarding freedom of expression and access to information through a multistakeholder approach. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387339

Wang, L., & Forman-Katz, N. (2024, February 7). Many Americans find value in getting news on social media, but concerns about inaccuracy have risen. Pew Research Center.

Doi: 10.70577/innovascit.v4i2.309

https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/02/07/many-americans-find-value-in-getting-news-on-social-media-but-concerns-about-inaccuracy-have-risen/

CONFLICTO DE INTERÉS:
Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles.

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El articulo no es producto de una publicación anterior