

## **Las fake news y el clickbait en América Latina**

### *Fake news and clickbait in Latin America*

#### **Autora**

Samantha Janel Mantilla Nieto

*Universidad San Gregorio de Portoviejo*

#### **Resumen**

El presente estudio analiza la prevalencia y el impacto de las fake news y el clickbait en América Latina, en el contexto de la era digital. Se destaca la transformación del panorama mediático regional debido a estos fenómenos, que socavan la confianza en los medios de comunicación y distorsionan la percepción pública de los acontecimientos. La investigación tiene como objetivo examinar en profundidad estos temas, comprendiendo sus causas, consecuencias y posibles estrategias de abordaje. Se empleó una metodología cualitativa que incluyó análisis de casos en varios países latinoamericanos, respaldados por una revisión documental. Los resultados obtenidos revelan la influencia del clickbait y las fake news en el ámbito digital y su impacto en los lectores, generando incertidumbre y desconfianza. Se discute la necesidad de promover la alfabetización mediática y la ética periodística, así como la colaboración entre los sectores público, privado y sociedad civil para contrarrestar estos fenómenos. En conclusión, se enfatiza la importancia de fortalecer la democracia y reconstruir la confianza en los medios de comunicación para asegurar un ecosistema informativo transparente y confiable en América Latina.

**Palabras clave:** clickbait, fake news, portales virtuales, internet, América Latina

## **Abstract**

This study analyzes the prevalence and impact of fake news and clickbait in Latin America within the context of the digital era. It highlights the transformation of the regional media landscape due to these phenomena, which undermine trust in media outlets and distort the public perception of events. The research aims to delve deeply into these topics, understanding their causes, consequences, and potential approaches to addressing them. A qualitative methodology was employed, including case analyses in various Latin American countries, supported by documentary review. The results reveal the influence of clickbait and fake news in the digital realm and their impact on readers, generating uncertainty and mistrust. The need to promote media literacy and journalistic ethics is discussed, as well as the collaboration among public, private, and civil society sectors to counteract these phenomena. In conclusion, the importance of strengthening democracy and rebuilding trust in the media is emphasized to ensure a transparent and reliable information ecosystem in Latin America.

**Keywords:** clickbait, fake news, virtual portals, internet, Latin America

## **Introducción**

En la era de la información digital, las fake news y el clickbait han emergido como fenómenos prominentes que moldean la manera en que se consume y se comparte información en América Latina. Las fake news, definidas como información falsa presentada como noticias genuinas, y el clickbait, una estrategia que utiliza titulares sensacionalistas para captar la atención del público, ha transformado el panorama mediático de la región.

Según Chavero e Intriago (2022), las fake news representan una seria amenaza para la integridad de la información, socavando la confianza en los medios de comunicación y distorsionando la percepción pública de los acontecimientos. Por otro lado, González (2023) destaca cómo el clickbait ha permeado los medios digitales, afectando la calidad y la credibilidad de la información presentada.

El contexto latinoamericano presenta desafíos únicos en cuanto a la difusión de fake news y el uso del clickbait, con una creciente penetración de internet y el acceso a las redes sociales como principales fuentes de información (Boczkowski & Mitchelstein, 2022). La pandemia de COVID-19 ha exacerbado esta tendencia, con un aumento significativo en la dependencia de la tecnología para acceder a noticias e información relevante.

Este trabajo tiene como objetivo examinar en profundidad el impacto de las fake news y el clickbait en América Latina, analizando casos específicos, investigaciones académicas y tendencias regionales. A través de este análisis, se busca comprender las causas subyacentes, las consecuencias y las posibles estrategias para abordar estos fenómenos, con el fin de promover un ecosistema informativo más transparente y confiable en la región.

### *Reseña Histórica Del Asentamiento De La Digitalización En América Latina*

La llegada de la digitalización a América Latina marca el inicio del uso de clickbait y fake news, pero la pandemia de COVID-19 ha sido crucial para su relevancia actual. Boczkowski y Mitchelstein (2022) señalan que durante la pandemia, la vida cotidiana se trasladó a las pantallas, volviéndose indispensables para el trabajo, estudio, compras y entretenimiento. Este cambio evidenció la importancia del entorno digital, que se ha vuelto cada vez más crucial debido a los avances tecnológicos, como la

inteligencia artificial. Desde 2020, los medios digitales han cobrado mayor relevancia debido a la dependencia desarrollada por las personas para llevar a cabo sus actividades diarias, y las redes sociales se han convertido en la principal fuente de información, permitiendo a los usuarios participar activamente en el proceso comunicacional. Además, investigadores como Agudelo et al. (2020) atribuyen el éxito en el control de la pandemia a la utilización de tecnologías digitales y aplicaciones móviles.

### *El Clickbait*

Los avances tecnológicos han facilitado el acceso a la información con un simple clic, lo que ha llevado a los medios de comunicación a aprovechar las redes sociales para alcanzar una audiencia más amplia. El clickbait, definido por González (2022) como titulares diseñados para captar la atención del lector y dirigirlo a un enlace web, se utiliza como estrategia para aumentar la interacción en estos sitios. Sin embargo, esta práctica puede propagar fake news, como señala Salazar et al. (2020), quienes identifican elementos comunes en los titulares de clickbait, como la llamatividad, el humor y las emociones, que pueden ocultar o exagerar la información. González-Moreno y Elías (2024) destacan que estos titulares suelen carecer de contenido de calidad. Este fenómeno, conocido como "periodismo viral", según Cacciatori (2020), busca el éxito de la noticia mediante la replicación de la información, a menudo sin una lectura crítica por parte del público más allá del titular exagerado.

### *Impacto Del Clickbait*

Puede evaluarse desde dos perspectivas: el efecto en el medio digital y su impacto en los lectores. En términos del medio digital, su uso puede generar resultados positivos al aumentar la interacción y viralización, lo que conlleva a un crecimiento y posicionamiento en el ámbito informativo, según Herrera y Pascual (2022). Sin

embargo, estos mismos autores advierten que para los usuarios, el clickbait puede generar incertidumbre sobre la veracidad y la ética de la información, lo que afecta la confianza y la imagen del sitio. Esta desconfianza puede llevar a un escepticismo generalizado hacia la información en línea. Además, Román et al. (2022) señalan que el clickbait socava la verdad y los valores del periodismo al priorizar el aspecto económico sobre el informativo.

### *Las Fake News*

Las "fake news" se han vuelto ubicuas en las plataformas digitales, con el objetivo claro de engañar y distorsionar la información, según Chavero e Intriago (2022). Tusa y Durán (2019) las definen como parte de una era de post verdad en el periodismo digital, donde la subjetividad a menudo supera a la objetividad. Las noticias falsas, a menudo fabricadas con la intención de beneficiar a quien las crea, se aprovechan de la sobreabundancia de información en la era digital, erosionando la ética periodística y encontrando refugio en medios alternativos que, si bien satisfacen la necesidad de información, también pueden ser vehículos de desinformación.

### *Impacto de las Fake News*

Las fake news representan una grave amenaza para la libertad de expresión, el periodismo y la democracia, según Zhou y Zafarani (2020). Su capacidad para desestabilizar gobiernos y sociedades genera ansiedad y desconcierto entre las personas, como señala Puraivan et al. (2022). Además, González (2023) destaca cómo estas noticias pueden influir en la percepción política y económica de la sociedad, manipulando a las masas y generando desconfianza hacia las redes sociales, los periodistas y las fuentes de información, lo que perpetúa la desinformación.

## **Metodología**

En esta investigación se empleó un enfoque cualitativo, respaldado por técnicas de muestreo aleatorio, para examinar el fenómeno del clickbait y las fake news en América Latina. Se seleccionaron noticias de manera aleatoria de diversos sitios web que ofrecen contenido relevante sobre estos temas. Para ello, se estableció un protocolo de muestreo que implicaba la identificación de sitios web populares y confiables que regularmente abordan noticias en los países de interés: Perú, Colombia, México, El Salvador y Ecuador.

El proceso de selección de noticias se inició con la creación de una lista de palabras clave relacionadas con el clickbait y las fake news. Estas palabras clave se utilizaron para realizar búsquedas en los sitios identificados. Posteriormente, se aplicó un algoritmo de selección aleatoria para elegir artículos de la piscina de resultados obtenidos, garantizando así que la muestra fuera representativa de una amplia gama de fuentes y perspectivas.

Cada artículo seleccionado fue sometido a un análisis para evaluar el empleo de titulares sensacionalistas y el contenido de las fake news, teniendo en cuenta su origen, difusión y las consecuencias observadas. Este análisis se complementó con una revisión documental exhaustiva, que incluyó fuentes académicas y noticias adicionales consideradas confiables, con el fin de contextualizar y corroborar los datos obtenidos de los sitios web.

## **Resultados**

Esta investigación explora casos de clickbait y fake news en América Latina, revelando cómo influyen en la percepción pública y la integridad informativa. En Perú, un ejemplo destacado de clickbait involucra a Radio Programas del Perú (RPP Noticias),

mientras que en Colombia, medios prominentes como "El Tiempo" emplean titulares engañosos para atraer lectores. En México, la difamación política durante las elecciones y, en El Salvador, la propagación de noticias falsas con fines desacreditadores son ejemplos notables. En Ecuador, la difusión de falsedades sobre empleos afecta tanto a instituciones como al público en general, resaltando la importancia de abordar estos fenómenos en la región.

### Casos de Clickbait

#### ***Perú***

Peña (2020) a través de su trabajo de investigación "El clickbait y su influencia en la modificación de la estructura de la noticia en el Perú" da a conocer un ejemplo de un medio digital que hicieron uso del clickbait:

El caso involucra a Radio Programas del Perú (RPP Noticias), donde se destaca el titular "Coronavirus en el Perú: Tras suspensión de clases, ¿los maestros recibirán su sueldo?" El investigador analiza la estructura de la noticia, señalando que se presenta el contexto de la suspensión de clases, se plantea la pregunta principal del titular y, finalmente, en el tercer párrafo, se ofrece la respuesta proporcionada por el Ministerio de Educación, que se reduce a un simple "no será suspendido".

El titular se considera clickbait ya que busca generar preocupación en los docentes que trabajaron durante la pandemia. Al solo leer la pregunta, algunos lectores pueden concluir erróneamente que no se les pagará. Esto hace que el uso de este tipo de estrategias sea peligroso.

## ***Colombia***

En el contexto colombiano, incluso medios prominentes como El Tiempo (2024) no están exentos de utilizar titulares clickbait para atraer lectores. Un ejemplo es el titular "¿Cómo saber si tiene cáncer de estómago y qué puede hacer para prevenirlo?", que aborda un tema de gran preocupación para la población. Aunque el artículo menciona algunas definiciones y síntomas, carece de respaldo bibliográfico y, lo que es más destacable, genera expectativas al ofrecer una posible forma de prevención en el titular, pero luego admite que no hay garantías de evitar el cáncer estomacal. Esto demuestra cómo se juega con las expectativas del lector para atraer su atención, a pesar de no ofrecer respuestas claras en el contenido.

## **Casos de Fake News**

### ***México***

La difamación durante las elecciones hacia Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y su esposa fue notable, y entre las falsas acusaciones, una de las más destacadas fue la que sugería que Beatriz Gutiérrez Müller tenía lazos familiares con un general nazi de la División de la SS apodado "Gestapo Müller". Esta afirmación se propagó rápidamente en las redes sociales, generando una gran cantidad de reacciones. Sin embargo, fue rápidamente desmentida cuando se presentó el acta de nacimiento de Beatriz Gutiérrez, que dejó claro que su abuelo materno no era Heinrich Müller, sino Adolfo Marcelo Müller Oliphant, un reconocido artista.

### ***El Salvador***

Un estudio de la Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera y la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) (2021) reveló que el 87% de 1,587

personas encuestadas fueron víctimas de noticias falsas, mayormente relacionadas con la política. A partir de este dato se presenta el siguiente caso:

El Diario La Huella (2023) desmiente información sobre un doble homicidio: La Telecorporación Salvadoreña (TCS Noticias) y El Noticiero del Canal 6 difundieron una noticia falsa con el objetivo de desacreditar el trabajo en seguridad del presidente Nayib Bukele. La noticia informaba sobre un doble homicidio en Tonacatepeque, Soyapango, pero se descubrió que las imágenes no eran de El Salvador, sino de Puerto Rico y que el incidente ocurrió hace 8 meses. La Policía Nacional Civil desmintió la información al no encontrar evidencia del supuesto suceso.

### ***Ecuador***

En Ecuador, las redes sociales y varios sitios web son propensos a la difusión de noticias falsas, especialmente durante los procesos electorales. El Consejo Nacional Electoral (CNE) tuvo que establecer un repositorio para recopilar estas falsedades destinadas a desacreditar su labor. A continuación, se presenta un caso específico:

Los puestos de trabajo en el CNE (2023): En Ecuador, la difusión de noticias falsas sobre ofertas de empleo es frecuente, afectando tanto al CNE como a empresas como Tía y El Tuti, que han tenido que desmentir publicaciones engañosas que conducen a estafas. Recientemente, el CNE fue protagonista de una noticia falsa difundida a través del sitio "empleosecuador.ec", donde se anunciaban empleos inexistentes en la institución.

### **Discusión**

La prevalencia de titulares clickbait y la difusión de noticias falsas fueron fenómenos preocupantes que afectan el contexto colombiano y otros países de la región. En Colombia, incluso medios prominentes como "El Tiempo" fueron señalados por

utilizar titulares clickbait, como en el caso del artículo sobre el cáncer de estómago. Este tipo de prácticas no solo generó expectativas injustificadas en los lectores, sino que también socavó la credibilidad del periodismo y contribuyó a la desinformación.

Además, los casos de noticias falsas, como el ejemplo de México y El Salvador, ilustraron cómo estas pudieron ser utilizadas con fines políticos y de descrédito hacia figuras públicas. La difusión masiva de estas noticias a través de las redes sociales y otros medios digitales amplificó su impacto y dificultó su desmentido. En el caso específico de Ecuador, las noticias falsas también afectaron a instituciones como el Consejo Nacional Electoral, así como a empresas y a la población en general, lo que subrayó la necesidad de medidas para combatir esta problemática.

En este sentido, fue fundamental promover la alfabetización mediática y la educación digital para capacitar a la población en la identificación y el análisis crítico de la información. Asimismo, los medios de comunicación y las instituciones públicas tuvieron que asumir la responsabilidad de garantizar la veracidad y la ética en la difusión de noticias, evitando el sensacionalismo y la manipulación. La colaboración entre el sector público, privado y la sociedad civil fue clave para abordar este desafío y fortalecer la democracia y la confianza en los medios de comunicación.

## **Conclusiones**

El fenómeno de las fake news y el clickbait en América Latina representó un desafío significativo para la integridad de la información y la confianza en los medios de comunicación. Estas prácticas transformaron el panorama mediático de la región, erosionando la credibilidad del periodismo y distorsionando la percepción pública de los acontecimientos.

El análisis de casos específicos en países como Colombia, México, El Salvador y Ecuador ilustró cómo estas prácticas se utilizaron con diversos propósitos, desde influir en la opinión pública hasta desacreditar figuras políticas y socavar la confianza en las instituciones. La proliferación de estas noticias falsas en plataformas digitales amplificó su impacto y dificultó su desmentido, subrayando la necesidad de abordar este problema de manera integral.

Para contrarrestar este fenómeno, fue crucial promover la alfabetización mediática y la educación digital, capacitando a la población para identificar y analizar críticamente la información que consumían. Además, los medios de comunicación y las instituciones públicas tuvieron la responsabilidad de garantizar la veracidad y la ética en la difusión de noticias, evitando el sensacionalismo y la manipulación.

La colaboración entre el sector público, privado y la sociedad civil fue fundamental para desarrollar estrategias efectivas de prevención y mitigación de las fake news y el clickbait. Solo a través de un esfuerzo conjunto se pudo fortalecer la democracia y reconstruir la confianza en los medios de comunicación, asegurando un ecosistema informativo más transparente y confiable en América Latina.

## **Referencias bibliográficas**

- Agudelo, M., Chomali, E., Suniaga, J., Núñez, G., Valeria Jordan, F. R., Negrete, J., . . . Jung, J. (2020). Las oportunidad de la digitalización en América Latina. *Corporación Andina de Fomento y Naciones Unidas*, 1-33.  
[https://doi.org/https://eulacfoundation.org/system/files/digital\\_library/2023-07/caf\\_digitalizacion\\_covid.pdf](https://doi.org/https://eulacfoundation.org/system/files/digital_library/2023-07/caf_digitalizacion_covid.pdf)
- Chavero, A., & Intriago, J. (2022). Definición y características de las fake news en el periodismo contemporáneo. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 8(2), 89-104.

- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2022). *La digitalización de América Latina: Desafíos y oportunidades para los medios de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital: Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI Editores.
- Cacciatori, T. (2020). *El avance tecnológico y la transformación del periodismo en el diario La Nación*. Universidad de Palermo .
- Consejo Nacional Electoral. (2023). *Esta información es falsa. El Consejo Nacional Electoral no publica ofertas de empleo a través de estas plataformas*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/C4ZJcFys-5K/?igsh=MWowbmZ4dDcwb3o0eQ%3D%3D>
- Diario La Huella. (2023). *TCS crea pánico y zozobra en el Salvador a través de noticias falsas de asesinatos*. Obtenido de Nacionales: <https://diariolahuella.com/tcs-crea-panico-y-zozobra-en-el-salvador-a-traves-de-noticias-falsas-de-asesinatos/>
- El Tiempo. (2024). *¿Cómo saber si tiene cáncer de estómago y qué puede hacer para prevenirlo?* Obtenido de Salud: <https://www.eltiempo.com/salud/como-saber-si-tiene-cancer-de-estomago-y-que-puede-hacer-para-prevenirlo-3329503>
- Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera; Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. (2021). *El Salvador: país de las Fake News*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/@theoalfaro/el-salvador-pa%C3%ADs-de-las-fake-news-e779533f0786>
- González, M. (2023). *El poder de las fake news: Manipulación política en la era digital*. *Revista Académica Hologramática*, 2(39), 75-101.
- González, S. (2022). *Modelado computacional de desinformación*. Universidad de Granada.

- González-Moreno, D., & Elías, C. (2024). La influencia de Facebook y sus cambios de algoritmos en el periodismo y las fake news. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 63, 100-125. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i63.06>
- Peña, J. P. (2020). El clickbait y su influencia en la modificación de la estructura de la noticia en el Perú. *Revista Correspondencia & Análisis*, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.12>
- Puraivan, E., Varas-Alarcón, M., & Huencho-Iturra, K. (2022). Sistemas de calificación para la verificación de «fake news» en plataformas digitales. *Redes sociales y ciudadanía*, 1139-1144. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- Román, A., Sánchez-Gey, N., & Elías, R. (2022). Los profesionales de la información y las fake news durante la pandemia del COVID-19. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 131-149. <https://doi.org/http://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1312>
- Salazar, E., Tenorio, G., & Naranjo, L. (2020). Evaluación de la precisión de los modelos de clasificación binaria para la identificación de noticias verdaderas o falsas en Costa Rica. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*, 38(12), 156-170.
- Tusa, F., & Durán, M. B. (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: un análisis de caso. *#PerDebate*, 3, 18-41. <https://doi.org/https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>
- Zhou, X., & Zafarani, R. (2020). Un estudio sobre noticias falsas: teorías fundamentales, métodos de detección y oportunidades. *Encuestas de Computación ACM*, 53(5), 1-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3395046>