

DESINFORMACIÓN ALGORÍTMICA, JUVENTUD UNIVERSITARIA Y CONFLICTO SOCIOPOLÍTICO EN ECUADOR

ALGORITHMIC DISINFORMATION, UNIVERSITY YOUTH, AND SOCIOPOLITICAL CONFLICT IN ECUADOR

Artículo recibido el: 20/11/2025

Artículo aceptado el: 19/2/2026

Alexander Darío Lascano Cevallos*

*Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9024-7853>

alexander.lascano@utc.edu.ec

María José Maya Bermudes*

*Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador

Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-4983-3686>

maria.maya6124@utc.edu.ec

Anderson Israel Chilingua García*

*Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7273-6947>

anderson.chilingua9378@utc.edu.ec

Carlos Alejandro Martínez Moya**

**Investigador Independiente, Ecuador

Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-3197-7433>

alejandromartinezmoya@gmail.com

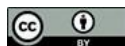
The authors declare that there is no conflict of interest

Resumen

La expansión de las plataformas digitales ha alterado fundamentalmente la dinámica de la formación de la opinión pública, especialmente en contextos políticos o sociopolíticos. Este artículo examina los efectos de la desinformación que se ha difundido en TikTok sobre las percepciones de los estudiantes de comunicación en la Universidad Técnica de Cotopaxi durante las movilizaciones sociales que tuvieron lugar en septiembre y octubre de 2025 en Ecuador. El estudio adoptó un enfoque de método mixto explicativo secuencial en el que se administró una encuesta estructurada a estudiantes universitarios en combinación con entrevistas semiestructuradas para examinar los mecanismos interpretativos. Los hallazgos indicaron que TikTok fue la principal fuente de información para los usuarios durante el conflicto, pero también el mayor canal de exposición a contenido fabricado, incluidos videos descontextualizados y generados por IA. Se encontró una asociación significativa entre la frecuencia de exposición en relación con el cambio actitudinal, junto con una disparidad en las prácticas de alfabetización mediática y verificación reclamadas. Incluso cuando más

Abstract

The expansion of digital platforms has fundamentally altered the dynamics of public opinion formation, especially in political or sociopolitical contexts. This article examines the effects of disinformation spread on TikTok on the perceptions of communication students at the Technical University of Cotopaxi (Universidad Técnica de Cotopaxi) during the social mobilizations that took place in September and October 2025 in Ecuador. The study adopted a sequential explanatory mixed-method approach, in which a structured survey was administered to university students in combination with semi-structured interviews to examine interpretive mechanisms. The findings indicated that TikTok was the primary source of information for users during the conflict, but also the largest channel of exposure to fabricated content, including decontextualized and AI-generated videos. A significant association was found between the frequency of exposure and attitudinal change, along with a disparity in claimed media literacy and verification practices. Even as more individuals become aware of disinformation, their consumption behaviors remain superficial, centered on emotional manipulation and



personas son conscientes de la desinformación, sus comportamientos de consumo siguen siendo superficiales, centrados en la manipulación emocional y la polarización. Este trabajo aporta evidencia empírica de las consecuencias de la desinformación algorítmica dentro del entorno universitario en América Latina, al tiempo que reitera la necesidad de mejorar los aspectos críticos y de verificación digital de la formación académica.

Palabras clave: Algorítmica. Juventud. Sociopolítico. Juventud.

polarization. This work provides empirical evidence of the consequences of algorithmic disinformation within the university environment in Latin America, while reiterating the need to improve the critical and digital verification aspects of academic training.

Keywords: Algorithmic. Youth. Sociopolitical. University Students.

1 INTRODUCCIÓN

La transformación del ecosistema de comunicación digital ha remodelado dramáticamente los modos familiares de creación de opinión pública. La tendencia de la información distribuida en sistemas jerárquicos a contextos algorítmicos personalizados ha cambiado las formas en que los ciudadanos interactúan con, entienden y verifican la información (Aïmeur *et al.*, 2023, p. 2). Ese cambio estructural ha desgastado los filtros editoriales clásicos y reorientado la autoridad informativa alrededor de las dinámicas de viralidad en términos de interacción y afecto. La desinformación puede presentarse como uno de los riesgos democráticos contemporáneos más significativos en este contexto. Nuevas investigaciones la articulan como información falsa o distorsionada creada intencionalmente con la esperanza de una manipulación “estratégica” de las percepciones y acciones de las personas (Mathew, 2022, p. 4). La desinformación en sí difiere de la información errónea (caracterizada por un error no intencional en la entrega de información) que es el resultado de motivaciones políticas, económicas o ideológicas (Aïmeur *et al.*, 2023, p. 3). Varios estudios empíricos han demostrado que la exposición a la desinformación, por exposición aumentada, puede incrementar la polarización afectiva, debilitar la confianza institucional y modificar los procesos de deliberación democrática (Adeeb *et al.*, 2023, p. 6). Las narrativas de manipulación pueden exacerbar el conflicto social, particularmente en condiciones de crisis sociopolítica, ya que la circulación de este tipo de narrativas puede trasladar el debate técnico a uno emocional, cuando se trata de conflicto social en la sociedad. TikTok o cualquier tipo de plataforma de videos cortos ha tomado el protagonismo. Su algoritmo, basado en aprendizaje automático y métricas de interacción, favorece contenido con un alto grado de retención

visual y respuesta emocional. Como advierten Díaz Vera *et al.* (2025), “los sistemas de recomendación enfatizan la interacción en lugar de la veracidad, potenciando contenido no verificado” (p. 120). Este diseño estructural permite la viralidad antes de la verificación factual. En este caso, el grupo relevante en esta perspectiva son los jóvenes a nivel universitario. Aunque se ha presumido que los llamados “nativos digitales” tienen más habilidades tecnológicas, un nuevo estudio cuestiona esta idea. León *et al.* (2023) muestran que “la autopercepción de la alfabetización mediática no necesariamente se traduce en un conjunto estandarizado de prácticas de verificación digital” (p. 12). Asimismo, Kops *et al.* (2025): señala que “la exposición de alta frecuencia con personalización algorítmica aumenta la vulnerabilidad cognitiva a la información desinformativa” (p. 9). En América Latina, los procesos de movilización social están históricamente acompañados de intensos debates mediáticos. Pero el ciclo de protestas de septiembre y octubre de 2025 en Ecuador marcó una disrupción tecnológica impulsada por el uso generalizado de inteligencia artificial, deepfakes y reciclaje audiovisual descontextualizado. Adeeb *et al.* (2023) afirman que “los deepfakes aumentan la dificultad cognitiva de distinguir entre contenido auténtico y fabricado, afectando la credibilidad percibida” (p. 8). Mientras tanto, TikTok se convirtió en un lugar preeminente para el flujo narrativo.

Videos de enfrentamientos, ataques cruzados, discursos políticos manipulados y audios hechos por IA produjeron marcos interpretativos divergentes de los videos. Según la teoría del encuadre, “los marcos mediáticos condicionan cómo los eventos sociales son considerados e interpretados por los individuos” (Colina Vargas *et al.*, 2024, p. 77). Así, el desacuerdo no era solo factual, sino simbólico en la naturaleza de la disputa. Un estudio de caso particularmente relevante sería el de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC). Su formación académica marca su identidad como futuros mediadores informativos, pero también como consumidores activos de ciertas plataformas digitales.

El presente estudio busca analizar el papel de la difusión de desinformación en las percepciones de los estudiantes sobre las movilizaciones sociales mediante el uso de TikTok en Ecuador en 2025.

Se pretende responder a esta pregunta: ¿cómo influyó la exposición a contenido desinformativo en TikTok en las percepciones, opiniones y actitudes de los estudiantes de comunicación de la UTC hacia las movilizaciones de septiembre y octubre de 2025?

En este dominio, un marco conceptual, propuesto en estas líneas de pensamiento, es una condición previa para este fin.

1.1 Desinformación en entornos algorítmicos

La desinformación en entornos algorítmicos modernos nunca puede entenderse de forma aislada; significa que solo podemos comprender la arquitectura algorítmica de la desinformación contemporánea si sabemos algo sobre la arquitectura de las plataformas digitales. Contrasta esto con los modelos tradicionales de comunicación de masas que en décadas anteriores consistían en medios de comunicación masivos tradicionales, filtros editoriales jerárquicos en los que los individuos alimentan lo mismo, y redes sociales en un sistema más automatizado, basado en gran medida en recomendaciones y sistemas automáticos que priorizan el compromiso, la retención y la interacción (Aïmeur *et al.*, 2023, p. 4). La literatura ha podido usar recientemente esta noción para referirse a la amplificación impulsada por inteligencia artificial de contenido manipulativo como "desinformación algorítmica". Según Díaz Vera *et al.* (2025), "los sistemas de recomendación no logran discriminar entre información validada y contenido emocionalmente atractivo, lo que resulta en la amplificación estructural de narrativas polarizantes" (p. 121). TikTok, específicamente, presenta un paisaje de alto riesgo de desinformación por tres razones estructurales principales:

1. Personalización intensiva basada en el comportamiento previo.
2. Formato audiovisual corto con alto impacto emocional.
3. Sistema de viralización acelerada.

La exposición a contenido cargado emocionalmente, incluso cuando es objetivamente falso, tiende a hacer que el contenido parezca más veraz, sugiere un nuevo hallazgo en *Computers in Human Behavior* (Kops *et al.*, 2025, p. 8). Se relaciona con el llamado "efecto de verdad ilusoria", por ejemplo, donde la repetición hace que la credibilidad sea más aparente.

1.2 Psicología cognitiva de la desinformación

Desde una perspectiva de la psicología cognitiva, la desinformación se procesa a través de varios atajos mentales o heurísticas que reducen la carga cognitiva en situaciones como la sobrecarga de información. Mathew (2022) señala que las personas "tienen una tendencia a interpretar, a través de la percepción periférica, información [vinculada a] emoción, identidad de grupo y familiaridad" (p. 7). Adeeb *et al.* (2023) añaden que "la carga emocional intensifica la internalización de la narrativa y reduce la disposición para la verificación crítica" (p. 5). Esto es especialmente importante en un contexto de movilización social, donde sentimientos como la indignación, el miedo o la solidaridad pueden influir en cómo se deriva una pieza mediática.

En entornos polarizados, el sesgo de confirmación controlará los asuntos. Kops *et al.* (2025) explican que "los usuarios priorizan la información consistente con sus creencias previas, reforzando burbujas ideológicas" (p. 10). La personalización algorítmica exagera este proceso, al presentar al usuario contenido predominantemente ideológicamente apropiado.

1.3 Teoría del encuadre y construcción simbólica del conflicto

La teoría del encuadre sostiene que los medios no solo transmiten hechos, sino que también estructuran marcos interpretativos que conducen a la interpretación de fenómenos sociales (Entman, 1993).

En su actualización más reciente, Colina Vargas *et al.* (2024) afirmaron que los "marcos digitales condicionan la interpretación política a través de la selección estratégica de imágenes, lenguaje y narrativa" (p. 77).

En las movilizaciones ecuatorianas de 2025, coexistieron varios marcos:

- Marco de criminalización (protesta = desorden/amenaza).
- Marco de resistencia legítima (protesta = defensa social).
- Marco de caos económico.
- Marco de lucha territorial.

Estos marcos fueron reproducidos masivamente en TikTok a través de narrativas audiovisuales simplificadas, potenciadas por música, edición rápida y efectos visuales.

1.4 Juventud universitaria y alfabetización mediática

Existe una narrativa que parece ser universal entre los adultos, que los jóvenes tienen más competencia digital como resultado de su familiaridad con la tecnología. Pero hay una noción matizada de evidencia empírica que va en contra de esto. León *et al.* (2023) demostraron que "la alfabetización mediática autoinformada no predice consistentemente la capacidad real para detectar desinformación" (p. 12).

De manera similar, estudios realizados en New Media & Society muestran que los estudiantes universitarios sobreestiman sus capacidades en la verificación digital. Aún existen brechas estructurales en la alfabetización mediática en América Latina. La educación universitaria en comunicación no siempre va acompañada de una formación sistemática en verificación digital de hechos y análisis algorítmico. Dicha formación es pertinente para el caso ecuatoriano, en el cual la polarización política se intensificó durante el ciclo de movilización de 2025.

1.5 Inteligencia artificial y deepfakes en contextos de protesta

La inteligencia artificial utilizada para la producción de desinformación marca un cambio cualitativo en la manipulación de los medios. Adeeb *et al.* (2023) advierten que "los deepfakes erosionan la confianza epistémica al dificultar la distinción entre autenticidad y fabricación" (p. 8). En 2025 en Ecuador, se registraron los siguientes casos:

- Audios generados por IA atribuidos a actores políticos.
- Reciclaje de videos de protestas anteriores.
- Edición selectiva de declaraciones oficiales.
- Imágenes generadas artificialmente para inflar percepciones de violencia.

La tecnología avanzada aumenta la complejidad cognitiva requerida para detectar la manipulación, especialmente en usuarios sin herramientas técnicas especializadas.

2 METODOLOGÍA

La investigación se enmarca en un enfoque pragmático, uno que reconoce que los fenómenos sociales complejos solo pueden entenderse cuando se integran metódicamente. Los pragmáticos creen que las elecciones metodológicas deben

responder al problema de investigación, no exclusivamente a la postura cuantitativa o cualitativa que sus hallazgos puedan transmitir (Creswell & Creswell, 2023, p. 18). Consistente con esta visión, se consideró un diseño mixto explicativo secuencial con fases analíticas cuantitativas que nos permiten capturar patrones estadísticos sobre niveles de exposición e influencia, y análisis cualitativos que exploran los procesos interpretativos subyacentes. Como comenta Creswell (2018), “en el diseño explicativo secuencial, los resultados numéricos dirigen la exploración cualitativa que sigue” (p. 114). Dado que el fenómeno comprende tanto dimensiones cuantificables (frecuencia, exposición, correlación actitudinal) como dimensiones interpretativas (emociones, significados, marcos cognitivos), este diseño proporciona un buen marco para evaluar el efecto de la desinformación en TikTok.

En el diseño de la investigación se aplicó un tipo no experimental, con corte temporal: transversal y alcance descriptivo-correlacional explicativo.

El diseño no experimental fue justificado: las variables no pueden ser manipuladas intencionalmente en una situación social real de comportamiento en la sociedad, por lo tanto, esto debe ser justificado (Creswell y Creswell 2023, p. 189). El enfoque correlacional intenta encontrar correlaciones entre la exposición a la desinformación y la variación en las percepciones de los estudiantes.

La población elegida fue los estudiantes que pertenecen a la carrera de comunicación en la Universidad Técnica de Cotopaxi durante el período 2025–2026.

De ahí se utilizó un muestreo probabilístico estratificado basado en el nivel académico (de cuarto a octavo ciclo, cabe recalcar que cada ciclo pertenece a un semestre) para obtener la muestra cuantitativa. Creswell y Creswell (2023) describen este tipo de muestreo como “asegurando la representación proporcional de subgrupos relevantes dentro de la población.” (p. 48). El tamaño de la muestra se calculó con un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%.

La muestra cualitativa se obtuvo mediante un muestreo intencional en el que la red social TikTok es utilizado mucho en movilizaciones, de tal manera que se utiliza los dos pasos siguientes:

- Informe de detección de desinformación.
- Diversidad ideológica declarada.

Como argumenta Patton (2020), una muestra intencional es apropiada “cuando se necesita profundidad en la comprensión de experiencias directamente relacionadas con el fenómeno” (p. 267).

Dentro de la operacionalización de variables la variable Independiente que es la exposición a la desinformación en TikTok se tomó en cuenta cuatro dimensiones:

- Frecuencia de consumo.
- Interacción (me gusta, comentarios, compartidos).
- Percepción de veracidad.
- Identificación de manipulación

Y tres indicadores:

- Total de horas diarias de consumo
- Número de contenidos recordados.
- Nivel de confianza percibida.

En la variable dependiente que es la percepción de movilizaciones 2025 se consideró de igual manera cuatro dimensiones:

- Actitud hacia la protesta.
- Nivel de polarización.
- Confianza institucional.
- Estado emocional.

Y cuatro indicadores:

- Cambio de postura declarado.
- Evaluación de legitimidad.
- Percepción de violencia.
- Emociones predominantes.

De ahí se deriva a los instrumentos utilizados, para ello se aplicó una encuesta estructurada a través de la escala Likert de 5 puntos de opinión. En términos de medir actitudes y percepciones, las escalas Likert son apropiadas para encuestas complejas (Aïmeur *et al.*, 2023, p. 6). Se complementaron ítems que fueron conceptualmente aceptados de investigaciones anteriores sobre desinformación juvenil.

A demás se utilizó una guía temática de entrevistas semiestructuradas, donde se consideró:

- Procesos de verificación
- Impacto emocional.

- Percepción de algoritmos.
- Cambio actitudinal.

En este sentido Creswell (2018) señala que “la entrevista semiestructurada permite capturar significados y experiencias desde la perspectiva del participante” (p. 115).

Para el análisis cuantitativo aplicado fue necesario considerar, estadísticas descriptivas, y la correlación de Pearson, de esta manera se construyó una regresión lineal múltiple donde el modelo estimado fue:

$$\text{Percepción} = \beta_0 + \beta_1 (\text{Exposición}) + \beta_2 (\text{Frecuencia}) + \beta_3 (\text{Confianza}) + \varepsilon$$

Se probó la significancia estadística ($p < .05$) y R^2 .

Para los datos cualitativos se aplicó un análisis temático después de la codificación abierta, axial y selectiva. Creswell (2018) sostiene que “el análisis temático puede identificar patrones recurrentes y categorías emergentes en narrativas cualitativas” (p. 136).

Así la validez y fiabilidad se concentró en la siguiente integración:

- Alfa de Cronbach $> .80$ para consistencia interna.
- Triangulación metodológica.
- Validación por juicio de expertos.

Johnson *et al.* (2024), por ejemplo, afirman que “la integración metodológica mejora la credibilidad interpretativa y la robustez” (p. 6).

3 RESULTADOS

Dentro del consumo y la exposición se identificó a la red social TikTok como la principal fuente de información (67.53%). Hubo una correlación significativa entre la frecuencia de consumo y el cambio de postura ($r = .41$, $p < .01$), mostrando una asociación moderada, obteniendo los siguientes resultados:

Identificación de desinformación: el 63.64% dijo haber descubierto contenido manipulado. Sin embargo, el 42.42% admitió consumir solo titulares. Esta observación valida lo que Adeeb *et al.* (2023) afirman: “la velocidad del consumo digital favorece el procesamiento superficial” (p. 5).

Impactos actitudinales: el 41.56% afirmó que sus opiniones cambiaron después de exponerse a contenido en TikTok. La regresión lineal reveló que la exposición predijo significativamente el nivel de polarización ($\beta = .38$, $p < .01$).

4 DISCUSIÓN

A saber, sobre la desinformación algorítmica y reconfiguración perceptual, los hallazgos proporcionan evidencia de que TikTok actuó más que un único canal predominante de información y un contexto estructural para la amplificación algorítmica.

La correlación positiva entre la frecuencia de exposición y el cambio de postura ($r = .41$, $p < .01$) es consistente con lo que Díaz Vera *et al.* (2025) advirtieron, por ejemplo, que "la arquitectura algorítmica puede magnificar la internalización de narrativas polarizadas" (p. 121). Esta observación es consistente con la investigación internacional que encontró que la exposición repetida a contenido emocionalmente reactivo podría causar una percepción sesgada de la verdad, incluso en ausencia de una premisa factual (Kops *et al.*, 2025, p. 8). En Ecuador, los videos descontextualizados y los audios creados por IA que circularon en este espacio de redes sociales permitieron que los marcos interpretativos divergentes se fusionaran de tal manera que las diferencias entre los dos jugaran un papel en el consumidor y mire desde otra perspectiva, ¿cómo juzgamos si la protesta era legítima?. La paradoja de la alfabetización mediática. Quizás uno de los hallazgos más pertinentes es la discrepancia entre la conciencia crítica declarada sobre el consumo y el uso real.

Mientras el 74.5% califica la desinformación como un problema serio, el 42.42% informa que solo consume titulares o puntos clave, este resultado apoya la hipótesis planteada por León *et al.* (2023), que afirma que "las autopercepciones de alfabetización mediática no se reflejan necesariamente en comportamientos digitales consistentes" (p. 12). Con formatos breves y emocionales, ambos de los cuales TikTok parece favorecer, a los participantes que se retiran de la verificación sistemática, no obstante, la polarización afectiva y emocionalidad digital. Que significó un 62.34% afirmó estar emocionalmente influenciado por el contenido que presenciaron. Estos datos apoyan la literatura que conecta la desinformación y la polarización afectiva. En este sentido Adeeb *et al.* (2023) postulan que la activación emocional intensifica la adherencia narrativa, mientras reduce el análisis crítico (p. 6).

Los marcos opuestos como la criminalización vs. resistencia legítima, habían producido fragmentación perceptual para los estudiantes, lo cual está en línea con la teoría de la cámara de eco (Kops *et al.*, 2025, p. 10). Por último, la erosión epistémica e inteligencia artificial, propaga los deepfakes y audios sintéticos, lo que produce un cambio cualitativo en el ecosistema informativo. Adeeb *et al.* (2023) advierten que "la manipulación a través de IA socava la confianza epistémica colectiva" (p. 8).

Los estudiantes en nuestro estudio informaron dificultad para identificar la autenticidad de contenido audiovisual altamente editado. Esta tendencia indica que la sofisticación tecnológica es a menudo mayor que los recursos cognitivos disponibles para los consumidores.

5 CONCLUSIONES

El estudio encuentra que TikTok fue instrumental en dar forma a las actitudes de los estudiantes en este contexto y las percepciones de los mismos durante las movilizaciones sociales de 2025 en Ecuador, lo que generó alta exposición a la desinformación y se asoció significativamente con actitudes y niveles de polarización. Aunque los estudiantes son críticamente conscientes de la existencia de noticias falsas, los métodos de consumo superficial aún prevalecen, resultando en poder emocional e internalización narrativa. Estos datos refuerzan que la desinformación algorítmica no actúa como un fenómeno informativo, sino como estructural, reconfigurando percepciones, emociones y posiciones políticas.

En un contexto de alta conflictividad social, las herramientas de IA, la emocionalidad y los algoritmos interactúan en un intenso desafío democrático. Además, encontramos tres implicaciones:

1. Evidencia empírica sobre la desinformación algorítmica en América Latina en protestas.
2. Confirmación entre la exposición digital y la reconfiguración actitudinal.
3. Expansión de la distancia entre las habilidades declaradas y efectivas de alfabetización.

Con todo lo dicho se sugiere:

- Introducir el estudio del análisis de algoritmos como parte del plan de clase en los cursos de Comunicación.

- Realizar talleres universitarios sobre verificación digital de hechos.
- Capacitación en verificación audiovisual y detección de deepfakes.
- Abogar por la alfabetización emocional en el consumo digital.

Todo esto permitirá una garantía de ciudadanía informada que no viene con el acceso tecnológico, a decir del escrito todos necesitamos formación crítica estructural.

REFERENCIAS

- Adeeb, N., Zafar, M., & Ullah, I. (2023). Emotional amplification and misinformation diffusion in social media ecosystems. *Journal of Information Science*, 49(2), 1–15.
- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Information*, 14(2), 1–20.
- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2020). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 7(2), 1–8.
- Bakir, V., & McStay, A. (2022). Fake news and the economy of emotions. *Digital Journalism*, 10(3), 315–332.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2021). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 36(2), 122–139.
- Brennen, J. S., Simon, F., & Nielsen, R. K. (2020). Beyond (mis)representation: Visual misinformation and the global pandemic. *Journalism Studies*, 21(9), 1232–1245.
- Bruns, A. (2021). Echo chambers? Filter bubbles? The misleading metaphors of online polarization. *Internet Policy Review*, 10(4), 1–19.
- Carlson, M. (2020). Fake news as an informational moral panic. *Digital Journalism*, 8(3), 416–434.
- Colina Vargas, A., Martínez, J., & López, D. (2024). Framing effects and political polarization in digital environments. *Media and Communication*, 12(1), 70–82.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE.
- Díaz Vera, J., Morales, P., & Andrade, L. (2025). Algorithmic amplification and misinformation on TikTok. *Frontiers in Communication*, 10, 115–130.
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2021). Disinformation as a political communication strategy. *Journal of Communication*, 71(4), 1–21.

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Ferrara, E. (2020). What types of COVID-19 conspiracies are populated by Twitter bots? *First Monday*, 25(6).
- Freelon, D., & Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), 145–156.
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Human Behaviour*, 4, 472–480.
- Hameleers, M. (2022). Separating truth from lies: Comparing the effects of correction formats on misinformation belief. *Political Communication*, 39(4), 1–20.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A., & Turner, L. (2024). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 18(1), 1–12.
- Jungherr, A., Rivero, G., & Gayo-Avello, D. (2020). Retooling politics: How digital media are shaping democracy. *Political Communication*, 37(3), 1–15.
- Kops, S., Albrecht, U., & Seifert, T. (2025). Youth vulnerability to misinformation on algorithmic platforms. *Computers in Human Behavior*, 150, 1–15.
- Lazer, D., Baum, M., & Benkler, Y. (2020). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.
- Leon, A., Martínez, C., & Rivera, P. (2023). Ideological alignment and false memory formation in digital misinformation contexts. *New Media & Society*, 25(4), 1–18.
- Lewandowsky, S., Cook, J., & Lombardi, D. (2020). Debunking misinformation. *Psychological Science in the Public Interest*, 21(2), 1–44.
- Marwick, A., & Lewis, R. (2021). Media manipulation and disinformation online. *Data & Society Research Institute*.
- Mathew, B. (2022). Understanding misinformation in online social networks. *ACM Computing Surveys*, 55(3), 1–36.
- Nyhan, B. (2021). Why the backfire effect does not explain misinformation persistence. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(15), 1–5.
- Pennycook, G., & Rand, D. (2022). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 26(5), 388–402.

- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., & Rand, D. (2021). Fighting misinformation on social media. *Nature*, 592, 590–595.
- Rauchfleisch, A., & Kaiser, J. (2020). The false positive problem in computational detection of misinformation. *Political Communication*, 37(4), 1–19.
- Rossini, P., & Kalogeropoulos, A. (2023). News consumption patterns among young adults. *Digital Journalism*, 11(2), 1–18.
- Shin, J., Jian, L., & Driscoll, K. (2022). The role of algorithmic curation in political polarization. *Information, Communication & Society*, 25(9), 1–17.
- Sunstein, C. R. (2021). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Tandoc, E., Lim, Z., & Ling, R. (2021). Defining fake news. *Digital Journalism*, 9(2), 137–153.
- Törnberg, P. (2022). Echo chambers and algorithmic polarization. *Social Media + Society*, 8(1), 1–14.
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation. *Social Media + Society*, 6(1), 1–13.
- Van der Linden, S., Roozenbeek, J., & Compton, J. (2022). Inoculating against fake news. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 3(2), 1–12.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2020). Information disorder. *Council of Europe Report*.
- Zubiaga, A., Liakata, M., & Procter, R. (2021). Detection and resolution of rumours in social media. *ACM Computing Surveys*, 53(3), 1–36.

Contribución de los autores

Todos los autores contribuyeron por igual al desarrollo de este artículo.

Disponibilidad de datos

Todos los conjuntos de datos relevantes para los resultados de este estudio están disponibles en su totalidad en el artículo.

Cómo citar este artículo (APA)

Cevallos, A. D. L., Bermudes, M. J. M., García, A. I. C., & Moya, C. A. M. (2026). DESINFORMACIÓN ALGORÍTMICA, JUVENTUD UNIVERSITARIA Y

CONFLICTO SOCIOPOLÍTICO EN ECUADOR. *Veredas Do Direito*, 23(5), e235486.
<https://doi.org/10.18623/rvd.v23.5486>