

ORIGINAL

Impact of digital media on misinformation and social health during the Metástasis case in Ecuador

Impacto de los medios digitales en la desinformación y la salud social durante el caso Metástasis en Ecuador

Héctor Manuel Córdova Medina¹  , Leonela Elisa Macías Rodríguez¹  , Shirley Cabrera-Almeida¹  , Guillermo Del Campo Saltos²  

¹Universidad de Guayaquil, FACSO. Guayaquil, Ecuador.

²Universidad Estatal de Milagro, FASCECYD. Milagro, Ecuador.

Citar como: Córdova Medina HM, Macías Rodríguez LE, Cabrera-Almeida S, Del Campo Saltos G. Impact of digital media on misinformation and social health during the Metástasis case in Ecuador. Salud, Ciencia y Tecnología. 2025; 5:1595. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251595>

Enviado: 01-09-2024

Revisado: 18-12-2024

Aceptado: 14-05-2025

Publicado: 15-05-2025

Editor: Prof. Dr. William Castillo-González 

Autor para la correspondencia: Héctor Manuel Córdova Medina 

ABSTRACT

The study analyzed the impact of digital media on the dissemination of misinformation and the configuration of social health during the “Metástasis” case in Ecuador, regarded as one of the country’s largest political and judicial corruption scandals. An exploratory and descriptive mixed-methods design was applied, combining critical discourse analysis, surveys of seven hundred users of platform X, and semi-structured interviews with two digital communication experts. In addition, sixty posts from the accounts @LaPosta_Ecu and @Primicias were collected and examined, focusing on interaction metrics such as likes, comments, reposts, and views. Results showed that the digital conversation was mainly structured around judicial corruption and drug trafficking, while the factors influencing virality included the emotional nature of content, the use of hashtags, and the presence of exclusive testimonies. Survey findings indicated that eighty-five percent of users acknowledged the influence of digital information on their opinions, although ninety percent perceived high levels of misinformation, which decreased trust in the media and reinforced social polarization. The interviews confirmed that platform X functioned as a strategic space for public debate but also as a channel for the spread of rumors and false news. In conclusion, the study highlighted the urgent need to promote media literacy policies and fact-checking mechanisms in order to protect social health and strengthen citizens’ resilience against the digital infodemic.

Keywords: Digital Media; Public Opinion; Misinformation; Social Health; Media Literacy.

RESUMEN

El estudio analizó el impacto de los medios digitales en la difusión de desinformación y en la configuración de la salud social durante el caso “Metástasis” en Ecuador, considerado uno de los mayores escándalos de corrupción política y judicial en la región. Se aplicó un diseño mixto exploratorio y descriptivo que integró el análisis crítico del discurso, encuestas a setecientos usuarios de la plataforma X y entrevistas semiestructuradas a dos expertos en comunicación digital. Además, se recopilaron sesenta publicaciones de las cuentas @LaPosta_Ecu y @Primicias, en las cuales se examinaron métricas de interacción tales como “me gusta”, comentarios, reposts y visualizaciones. Los resultados mostraron que la conversación digital se estructuró principalmente en torno a la corrupción judicial y al narcotráfico, mientras que los factores que influyeron en la viralidad fueron la emocionalidad del contenido, el uso de hashtags y la presencia de testimonios exclusivos. La encuesta evidenció que el ochenta y cinco por ciento de los usuarios reconoció la influencia de la información digital en su opinión, aunque el noventa por ciento manifestó percibir altos

niveles de desinformación, lo cual disminuyó la confianza en los medios y acentuó la polarización social. Las entrevistas confirmaron que X funcionó como un espacio estratégico para el debate público, pero también como un canal de propagación de rumores y noticias falsas. En conclusión, el estudio destacó la necesidad de promover políticas de alfabetización mediática y mecanismos de verificación de información para proteger la salud social y fortalecer la resiliencia ciudadana frente a la infodemia digital.

Palabras clave: Medios Digitales; Opinión Pública; Desinformación; Salud Social; Alfabetización Mediática.

INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas, los medios digitales han transformado radicalmente los procesos de circulación de la información, la formación de opinión pública y las dinámicas de participación ciudadana. Las redes sociales, en particular, se consolidaron como entornos en los que la información fluye con rapidez y se multiplica por mecanismos de interacción masiva, generando un nuevo ecosistema comunicacional que difiere de la lógica unidireccional de los medios tradicionales.^(1,2) Este cambio ha tenido repercusiones significativas no solo en la política y la cultura, sino también en la salud pública y el bienestar social, debido al papel de la información y la desinformación en la construcción de percepciones colectivas.^(3,4)

La confianza en la información disponible constituye un aspecto esencial de la salud social, entendida como la capacidad de las comunidades de interactuar en entornos comunicativos confiables, sin la interferencia de sesgos ni noticias falsas. Diversas investigaciones han demostrado que la exposición a desinformación digital puede generar impactos en la salud mental, aumentar la polarización social y erosionar la confianza en las instituciones.^(5,6,7) En ese sentido, la alfabetización mediática y digital se ha convertido en una prioridad global, al igual que el desarrollo de políticas públicas que promuevan un consumo crítico de información.^(8,9)

Estudios recientes evidenciaron que plataformas como Twitter –actualmente denominada X– desempeñan un papel central en la difusión de narrativas, ya sea informativas, persuasivas o manipulativas, que inciden directamente en la construcción de opinión pública.^(10,11) En contextos de crisis, estas plataformas suelen suplir la cobertura de medios tradicionales, permitiendo un acceso inmediato a datos, rumores y testimonios.^(12,13) Sin embargo, este dinamismo incrementa los riesgos asociados a la desinformación, que en muchos casos se propaga más rápido que la información verificada.⁽¹⁴⁾

En América Latina, el impacto de los medios digitales en procesos sociopolíticos se ha intensificado en los últimos años, especialmente en situaciones de inestabilidad política y judicial.^(15,16) En Ecuador, el denominado caso “Metástasis” constituye un hito reciente que expuso una red de corrupción vinculada al narcotráfico y al sistema judicial, lo que derivó en una profunda crisis política y en una reconfiguración del debate público.^(17,18) La magnitud del caso y su cobertura mediática lo convierten en un laboratorio idóneo para analizar cómo los medios digitales, en particular la plataforma X, inciden en la generación de narrativas, en la viralización de contenidos y en la polarización social.

La literatura sobre redes sociales ha mostrado que los factores que explican la viralidad incluyen la emocionalidad del contenido, la presencia de testimonios exclusivos y el uso estratégico de hashtags.^(19,20,21) Asimismo, la interacción entre usuarios, expresada en comentarios, reposts y debates en tiempo real, refuerza la percepción de inmediatez y participación ciudadana, aunque muchas veces amplifica la polarización y los discursos extremos.^(22,23) Este fenómeno, que ha sido documentado en distintos contextos internacionales, encuentra en el caso “Metástasis” un reflejo local con implicaciones globales sobre la relación entre información, poder y opinión pública.

Más allá de la dimensión política, el fenómeno estudiado se conecta con la salud social, dado que la constante exposición a desinformación y discursos polarizados puede afectar la confianza pública y la cohesión social.^(24,25) Organismos internacionales como la OMS y la UNESCO han advertido que la desinformación digital constituye una “infodemia”, con efectos nocivos sobre la salud pública y la gobernanza democrática.^(26,27) Por ello, comprender cómo se generan, difunden y consumen estas narrativas en contextos críticos resulta clave para el diseño de estrategias de alfabetización mediática, políticas de regulación digital y mecanismos de verificación colaborativa.

En este marco, el presente estudio analizó el impacto de los medios digitales, específicamente de la plataforma X, en la generación de opinión pública durante el caso “Metástasis” en Ecuador. Desde un enfoque metodológico mixto, se integraron técnicas de análisis crítico del discurso, encuestas y entrevistas a expertos para explorar las dinámicas de viralización, los temas recurrentes en la conversación digital y los factores que condicionan la percepción de credibilidad. El objetivo fue evaluar el papel de los medios digitales en la conformación de la opinión pública y sus implicaciones para la democracia, la salud social y la confianza ciudadana.

Medios digitales y opinión pública

Los medios digitales se consolidaron en la última década como espacios prioritarios para la construcción de opinión pública, desplazando parcialmente a los medios tradicionales por su inmediatez y capacidad de interacción.^(1,2) La opinión pública, entendida como el conjunto de percepciones y juicios colectivos sobre asuntos de interés social, se nutre de la información que circula en estos entornos digitales.⁽³⁾ Estudios europeos y latinoamericanos han mostrado que plataformas como Twitter/X funcionan como ágoras contemporáneas, en las que los ciudadanos comentan, amplifican o refutan narrativas dominantes.^(4,5) Sin embargo, la apertura del espacio digital también expone a los usuarios a la sobreabundancia informativa, la polarización y la desinformación.⁽⁶⁾

Es importante destacar que las plataformas digitales se han convertido en una herramienta poderosa al momento de exportar e importar información debido a que ayudan de manera bidireccional, a difundir y receptor información, la cual impulsará la creación de la opinión pública de las masas e influir en la percepción de la sociedad. Esto ayuda a crear una interacción y participación democrática de la audiencia, planteando retos peligrosos como la difusión de información falsa, y es aquí donde los medios digitales deben garantizar una información verificada para que la construcción de opinión pública sea bien formada y equilibrada.

DESARROLLO

Viralidad, emociones y algoritmos

La viralidad constituye uno de los fenómenos más investigados en comunicación digital. Su explicación se ha vinculado al contenido emocional, la novedad de la información y la arquitectura algorítmica de las plataformas.^(7,8) Berger y Milkman⁽⁹⁾ demostraron que las emociones de alta activación, como la indignación o la euforia, incrementan la probabilidad de difusión. En América Latina, investigaciones recientes confirmaron que los testimonios exclusivos y el uso de hashtags generan mayor alcance y engagement.^(10,11) No obstante, este dinamismo también facilita la propagación de desinformación, ya que los algoritmos priorizan el contenido que genera interacciones intensas, sin discriminar su veracidad.⁽¹²⁾

La viralidad en redes sociales es un fenómeno de gran alcance que permite que diversos tipos de contenidos, como videos, publicaciones, imágenes o enlaces, se difundan de manera instantánea y masiva entre los usuarios de estas plataformas. Este proceso, que en sus inicios surgía de manera espontánea, se ha convertido en un objeto de estudio y análisis estratégico, especialmente en lo que respecta al comportamiento de las audiencias. Las redes sociales tienen la capacidad de influir en las actitudes de los usuarios, ya sea de forma voluntaria o involuntaria, y aunque algunos eventos se viralizan sin la intención de generar tendencia o controversia, las empresas han aprendido a aprovechar estos fenómenos para captar y retener clientes, tanto a nivel local como global.⁽²¹⁾

Desinformación digital y salud social

La desinformación se ha descrito como una de las principales amenazas contemporáneas para la cohesión social y la confianza pública.⁽¹³⁾ Durante la pandemia de COVID-19, la OMS introdujo el término “infodemia” para explicar cómo la circulación de información falsa o engañosa afectaba la salud pública.⁽¹⁴⁾ Diversos estudios confirmaron que la exposición constante a desinformación incrementa la ansiedad social, erosiona la confianza en las instituciones y promueve conductas riesgosas.^(15,16) En consecuencia, el análisis de la desinformación en plataformas digitales no solo corresponde al campo de la comunicación, sino también al de la salud y la tecnología, en tanto que afecta directamente la toma de decisiones colectivas.⁽¹⁷⁾

Los medios de comunicación digitales en el Ecuador son muchos, pero pocos son los que tienen una estructura organizativa y remuneraciones económicas adecuada, aquellos medios que con todas las facilidades deberían de brindar información de calidad y verás al público, en muchas ocasiones no lo hacen quizás porque sus estrategias de vender humo y amarillismo les resulta más rentable, también por razones de estar dependiendo de lo que las empresas o el gobierno disponga para sacar como “información” de su interés para consumo del público.⁽²¹⁾

Con el paso del tiempo, las personas se sienten cada vez más cómodas y adaptadas a las redes sociales, donde consumen diversos medios digitales, comparten información e intercambian argumentos contruidos a partir de los contenidos difundidos en estas plataformas. En esta era digital, las marcas que aprovechan esta dinámica, ofreciendo contenidos adecuados, logran vender sus productos de manera rápida y efectiva. Este fenómeno ha llevado a la audiencia a reconocer que los medios tradicionales ya no son el principal foco de conocimiento e información, sino que han sido desplazados por las redes sociales como el centro de atención

Redes sociales y polarización en América Latina

En contextos latinoamericanos, las redes sociales han tenido un papel ambivalente: por un lado, amplían la participación ciudadana; por otro, exacerbaban la polarización política y social.^(18,19) Investigaciones en Brasil, México, Argentina y Chile han documentado cómo Twitter/X se convierte en un escenario de confrontación

discursiva, en el que la emocionalidad y la desinformación potencian la división ideológica.^(20,21,22) Además, en países con baja confianza en los medios tradicionales, las redes sociales adquieren aún más relevancia como fuentes de información, aunque con mayores riesgos de manipulación.^(23,24)

Además, es uno de los fenómenos más estudiados en el ámbito de la comunicación digital. Inicialmente asociada a memes e interacciones lúdicas, con el tiempo se ha reconocido su potencial para influir en la opinión pública, generar tendencias y provocar polémicas. Los elementos clave que hacen de la viralidad un tema de interés son su capacidad para despertar emociones rápidas, alinearse con eventos actuales o reflejar tendencias populares. Estos factores permiten a las empresas y medios digitales adaptar sus estrategias para promocionar productos, concienciar sobre temas sociales, difundir información, entretener, influir en la cultura o fomentar la participación activa de la audiencia.⁽³⁰⁾

Esta red se ha consolidado como una herramienta fundamental para la circulación de información en tiempo real. Comunicadores, medios de comunicación y usuarios en general utilizan la plataforma para compartir y actualizar datos sobre eventos que ocurren a lo largo del día, otorgando una cobertura inmediata y global a temas diversos como salud, economía, política y sociedad. Este dinamismo no solo facilita la difusión de noticias, sino que también promueve la creación de debates públicos, la formación de opiniones y estrategias de marketing.

El caso “Metástasis” en Ecuador como escenario de análisis

En Ecuador, el caso “Metástasis” expuso vínculos entre narcotráfico, justicia y política, generando un escenario de crisis institucional sin precedentes.⁽²⁵⁾ La cobertura mediática tradicional resultó insuficiente, lo que desplazó a la plataforma X como principal espacio de discusión pública.⁽²⁶⁾ Investigaciones locales evidenciaron que las publicaciones con testimonios de actores judiciales y políticos fueron las más compartidas y comentadas, destacando la centralidad de la emocionalidad y el escándalo en la viralización.^(27,28) Al mismo tiempo, la circulación de rumores y desinformación profundizó la polarización, debilitó la confianza ciudadana y cuestionó la legitimidad de las instituciones.^(29,30)

MÉTODO

La investigación se diseñó bajo un enfoque mixto de carácter exploratorio y descriptivo, lo que permitió integrar procedimientos cuantitativos y cualitativos con el propósito de analizar el impacto de la plataforma X en la generación de opinión pública en torno al caso “Metástasis” en Ecuador. Este diseño resultó pertinente porque posibilitó la triangulación de datos objetivos de interacción digital con percepciones subjetivas de usuarios y expertos, favoreciendo una comprensión más amplia y profunda del fenómeno.

La población de referencia estuvo compuesta por usuarios de la plataforma X en Ecuador, mientras que la muestra se definió a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. En la fase cuantitativa se seleccionaron sesenta publicaciones emitidas durante marzo de 2024 por dos cuentas con amplio alcance nacional: @LaPosta_Ecu, con 411 587 seguidores, y @Primicias, con 1 270 544 seguidores. La elección de estas cuentas respondió a su protagonismo en la cobertura mediática del caso y a su capacidad de generar interacciones significativas en la red social. En la fase cualitativa se recurrió a la aplicación de encuestas a setecientos usuarios activos de la plataforma, quienes fueron escogidos mediante muestreo intencional con base en criterios de uso regular de X y participación en debates relacionados con el caso. Asimismo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a dos expertos en comunicación digital con experiencia en periodismo y análisis de redes sociales, lo que permitió profundizar en las dinámicas de credibilidad, viralización y desinformación.

Para la recolección de datos se emplearon diversas técnicas complementarias. En primer lugar, se aplicó el análisis crítico del discurso con el fin de interpretar las narrativas y estrategias retóricas presentes en los comentarios de los usuarios, siguiendo el modelo propuesto por Van Dijk.⁽¹⁾

En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis de métricas digitales, que incluyó la recopilación de datos sobre “me gusta”, comentarios, reposts y visualizaciones de las publicaciones previamente seleccionadas, utilizando la función de búsqueda avanzada de X y criterios de clasificación basados en hashtags como #Metástasis, #Norero, #MayraSalazar y #WilliamTerán. En tercer lugar, se implementaron encuestas estructuradas con preguntas cerradas y escalas tipo Likert, orientadas a evaluar la confianza en los medios, la percepción de desinformación y el nivel de participación en debates digitales. Finalmente, se desarrollaron entrevistas semiestructuradas en modalidad virtual, guiadas por un cuestionario flexible que abordó la credibilidad de las fuentes, los factores de viralización de los contenidos y los riesgos asociados a la circulación de información no verificada.

El procedimiento de investigación se desarrolló en varias fases sucesivas. En un primer momento se identificaron y clasificaron las publicaciones relacionadas con el caso “Metástasis” durante el mes de marzo de 2024, priorizando aquellas que generaron mayor volumen de interacción. Posteriormente se codificaron las publicaciones y los comentarios asociados, aplicando técnicas de análisis de contenido y de discurso que permitieron establecer categorías temáticas predominantes.

De manera paralela se distribuyeron las encuestas en formato digital a través de enlaces compartidos en comunidades virtuales vinculadas al tema, asegurando la representatividad de usuarios familiarizados con la problemática. Finalmente, se realizaron las entrevistas a los expertos y se integraron los hallazgos de ambas fases en un proceso de triangulación, lo que facilitó contrastar los resultados cuantitativos obtenidos en las métricas con las percepciones cualitativas derivadas del análisis discursivo, las encuestas y las entrevistas.

El análisis de datos se llevó a cabo mediante técnicas de estadística descriptiva en el caso de la información cuantitativa, expresando frecuencias, porcentajes y medias que fueron posteriormente representados en tablas y figuras. En la fase cualitativa se recurrió a un proceso de codificación abierta y axial que permitió identificar patrones recurrentes en los discursos de los usuarios y de los expertos. La triangulación metodológica fue esencial para incrementar la validez interna del estudio, ya que posibilitó la convergencia de múltiples fuentes de evidencia en torno al mismo fenómeno.⁽²⁾

En cuanto a las consideraciones éticas, la investigación se desarrolló bajo los principios establecidos en la Declaración de Helsinki y en las normativas internacionales para investigaciones en ciencias sociales. Los datos utilizados en la fase cuantitativa correspondieron a información pública disponible en la plataforma X, lo que hizo innecesario solicitar permisos adicionales; sin embargo, se garantizó la anonimización de los usuarios en los resultados, evitando la divulgación de datos sensibles. Por otra parte, los participantes en las encuestas y entrevistas recibieron información previa sobre los objetivos del estudio y otorgaron consentimiento informado digital antes de participar, lo que aseguró el respeto a su autonomía y confidencialidad.

En relación con la validez y limitaciones metodológicas, es importante señalar que el empleo de un diseño mixto permitió una comprensión integral del objeto de estudio, aunque presentó ciertas restricciones. La muestra de publicaciones y de expertos fue limitada, lo cual podría restringir la generalización de los resultados a otros contextos o plataformas. Además, el análisis se centró en un periodo específico de alta actividad informativa, por lo que no capturó la evolución longitudinal del debate. No obstante, estas limitaciones se compensaron parcialmente mediante la triangulación de datos, que fortaleció la credibilidad de los hallazgos y ofreció una visión amplia sobre el rol de la plataforma X en la configuración de la opinión pública en un contexto de crisis.

RESULTADOS

El análisis cuantitativo de las interacciones en la plataforma X evidenció diferencias significativas en el comportamiento de los usuarios frente a las publicaciones relacionadas con el caso “Metástasis”. Durante marzo de 2024 se recopilieron sesenta publicaciones emitidas por los medios digitales @LaPosta_Ecu y @Primicias, cuyos resultados se presentan en la tabla 1.

Cuenta	Publicaciones	Me gusta	Comentarios	Reposts	Visualizaciones
@LaPosta_Ecu	29	4 192	831	995	871 000
@Primicias	31	6 193	442	3 474	660 800
Total	60	10 385	1 273	4 469	1 531 800

Los resultados demostraron que las publicaciones de @Primicias concentraron un mayor número de “me gusta” y reposts, lo que sugiere una amplia difusión de su contenido. En contraste, @LaPosta_Ecu obtuvo más comentarios y visualizaciones, lo que reflejó un nivel más alto de debate y controversia en torno a sus publicaciones. Este patrón indicó que los usuarios respondieron de manera diferente a los estilos de cobertura de cada medio: uno con mayor capacidad de viralización y otro con mayor propensión a generar discusión pública.

Al analizar la relación entre el tipo de contenido y el nivel de interacción, se observó que las publicaciones que incluyeron testimonios exclusivos, filtraciones judiciales y declaraciones de actores clave del caso recibieron la mayor atención. Estos hallazgos confirmaron que la emotividad y la exclusividad fueron factores determinantes para la viralización.

La figura 1 mostró que, aunque @Primicias generó más publicaciones, @LaPosta_Ecu alcanzó un promedio más alto de comentarios y visualizaciones por publicación, lo cual sugiere que sus contenidos estimularon debates más intensos en la audiencia digital.

En relación con los temas predominantes identificados a través del análisis crítico del discurso, los comentarios de los usuarios se concentraron principalmente en la corrupción judicial (40 %), seguida por el narcotráfico (25 %) y el impacto político (15 %). Otros tópicos como las reacciones emocionales, las críticas a los medios y la desinformación representaron proporciones menores (tabla 2).

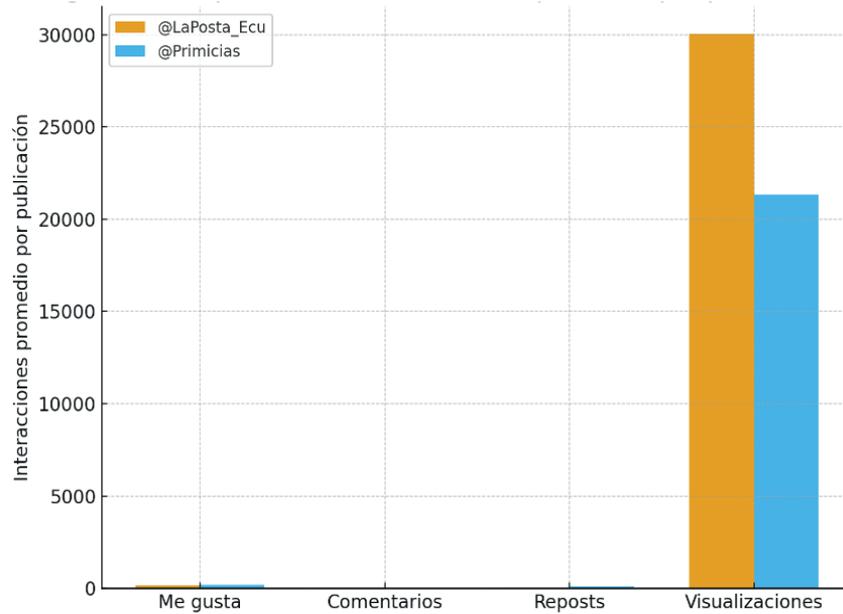


Figura 1. Comparación de interacciones promedio por publicación en X

Tabla 2. Temas predominantes en los comentarios de X sobre el caso Metástasis

Tema	Frecuencia (%)
Corrupción judicial	40 %
Narcotráfico	25 %
Impacto en la política	15 %
Reacciones emocionales	10 %
Críticas a los medios	5 %
Desinformación	5 %

Estos resultados mostraron que la conversación digital estuvo fuertemente marcada por percepciones de crisis institucional y descontento ciudadano, reflejando la centralidad de la corrupción judicial como narrativa dominante.

Por otra parte, el análisis de los factores de viralidad reveló que los testimonios exclusivos, el uso de hashtags específicos y la emocionalidad de los mensajes fueron los principales detonantes de difusión. La figura 2 sintetiza estos hallazgos.

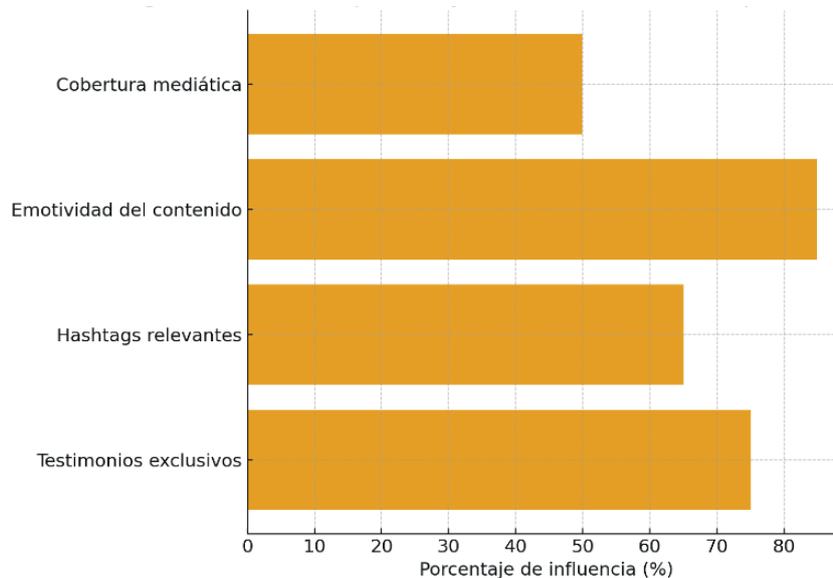


Figura 2. Factores que influyeron en la viralidad de publicaciones en X

En términos cualitativos, las entrevistas con expertos confirmaron que la plataforma X funcionó como un espacio estratégico para la circulación de información en tiempo real, aunque también incrementó la propagación de rumores y noticias falsas. Los entrevistados señalaron que la emocionalidad del contenido generó reacciones rápidas, pero muchas veces acríicas, lo que facilitó la difusión de desinformación.

Los datos de las encuestas a 700 usuarios reforzaron estos hallazgos. La mayoría (65 %) declaró desconfianza hacia la información difundida en la plataforma, aunque el 72 % afirmó participar activamente en debates públicos. Además, un 85 % reconoció que los contenidos digitales influyeron en la formación de su opinión, mientras que el 90 % percibió un alto nivel de desinformación en la plataforma.

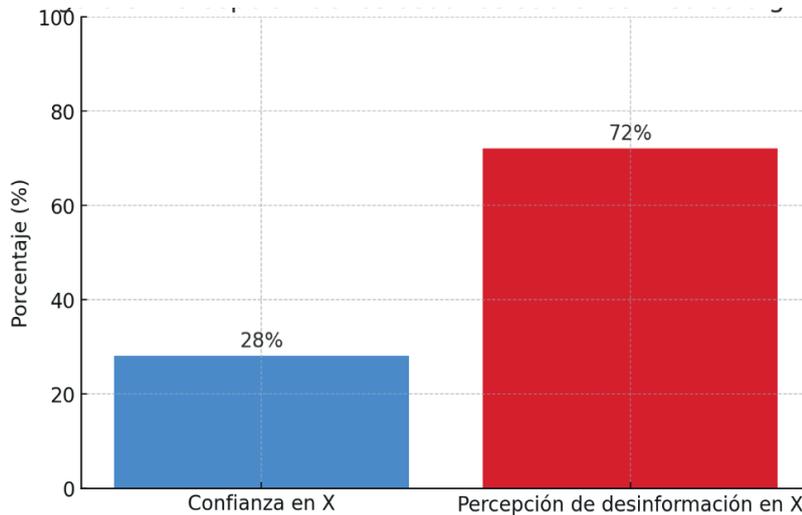


Figura 3. Percepción de los usuarios sobre los medios digitales

Los resultados revelan que la mayoría de los usuarios (65 %) desconfía de la información difundida en X, lo que refuerza la necesidad de promover la alfabetización mediática. No obstante, un alto porcentaje de los encuestados (72 %) indicó que participa activamente en debates públicos en la plataforma, lo que subraya la importancia de X como un espacio para la discusión y el intercambio de ideas. Además, el 85 % de los usuarios considera que los medios digitales influyen en la formación de su opinión, mientras que el 90 % cree que existe un alto nivel de desinformación en la plataforma.

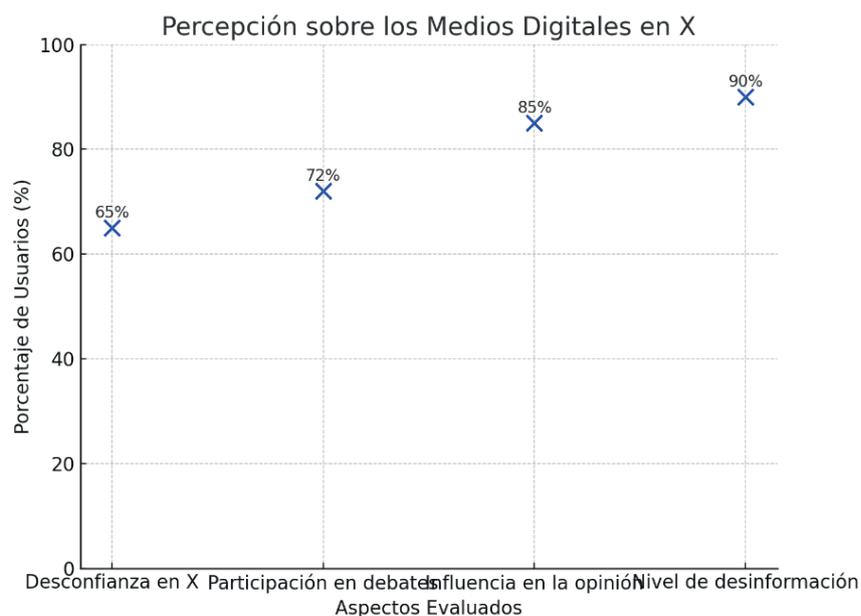


Figura 4. Nivel de aceptación y percepción sobre consumo de información en las plataformas digitales

Mientras que, en relación a la percepción de la credibilidad de X, se identifica que, aunque la mayoría de los usuarios perciben a X como una plataforma influyente en la formación de opinión pública, también reconocen la presencia de desinformación y manifiestan una falta de confianza en la veracidad de la información. Esto resalta la necesidad de desarrollar estrategias que promuevan la verificación de fuentes y la educación de los usuarios sobre el consumo responsable de contenidos digitales.

La medición de la credibilidad en redes sociales depende de una combinación de factores, que van desde la percepción subjetiva de los usuarios hasta análisis algorítmicos de las fuentes y el contenido. Una estrategia efectiva para evaluar la credibilidad en redes debe combinar métodos como encuestas, análisis de la fuente, *fact-checking* y el uso de inteligencia artificial para detectar patrones de desinformación o sesgos.

El ACD identificó los temas más recurrentes en los comentarios sobre el caso “Metástasis”. Estos temas, como la corrupción judicial, narcotráfico, y credibilidad, permitió identificar las estrategias retóricas más utilizadas en los comentarios, especialmente aquellas que apelaban a la emocionalidad del público, las mismas que fueron codificados para determinar su prevalencia en el discurso público.

DISCUSIÓN

El presente estudio demostró que la plataforma X desempeñó un papel determinante en la conformación de la opinión pública en torno al caso “Metástasis” en Ecuador, evidenciando cómo los medios digitales no solo amplifican la difusión de información, sino que también potencian la circulación de desinformación y la polarización social. Estos hallazgos coinciden con investigaciones previas que identificaron a las redes sociales como espacios híbridos, donde la inmediatez de la comunicación convive con la precariedad de la verificación y la prevalencia de narrativas emocionales.^(1,2)

En primer lugar, la centralidad de la corrupción judicial como narrativa dominante en la conversación digital (40 % de los comentarios) confirma lo planteado por estudios latinoamericanos que destacan la relevancia de los temas de corrupción y narcotráfico en la percepción social y en la pérdida de confianza hacia las instituciones.^(3,4) Tal como lo documentaron Rodríguez y González en Brasil,⁽⁵⁾ la amplificación de estas narrativas en entornos digitales no solo refleja la desconfianza ciudadana, sino que contribuye a consolidarla, alimentando un ciclo de indignación pública.

Un aspecto clave identificado en los resultados fue la influencia de la emocionalidad y los testimonios exclusivos en la viralidad de los contenidos. Este hallazgo es consistente con la teoría de la difusión emocional de Berger y Milkman,⁽⁶⁾ quienes sostuvieron que las emociones de alta activación aumentan la probabilidad de que la información se comparta. En el caso ecuatoriano, los testimonios de actores como Mayra Salazar y las filtraciones judiciales no solo generaron picos de interacción, sino que también constituyeron catalizadores de debates polarizados. Investigaciones realizadas en España y Chile corroboran que este tipo de contenidos incrementa la atención pública, aunque reduce la posibilidad de deliberación racional y crítica.^(7,8)

Asimismo, la percepción de los usuarios reveló un escenario de contradicción: mientras que el 85 % reconoció que los contenidos digitales influyeron en su opinión, un 90 % manifestó percibir altos niveles de desinformación en la plataforma. Esta paradoja coincide con estudios internacionales que describen la coexistencia de confianza y desconfianza hacia los medios digitales, donde los usuarios consumen y difunden información a pesar de cuestionar su credibilidad.^(9,10) Desde la perspectiva de salud social, esta dinámica constituye un riesgo, pues la exposición constante a narrativas falsas o manipuladas no solo erosiona la confianza institucional, sino que puede generar ansiedad y sensación de inseguridad colectiva.⁽¹¹⁾

El análisis crítico del discurso reveló además que la conversación digital no fue homogénea, sino que se estructuró en torno a narrativas polarizadas. Este fenómeno, documentado en diferentes contextos internacionales,^(12,13) se intensificó en el caso ecuatoriano, donde la plataforma X funcionó como un amplificador de posturas extremas más que como un espacio de deliberación plural. La literatura sobre polarización digital sostiene que la arquitectura algorítmica de estas plataformas refuerza cámaras de eco, promoviendo la exposición selectiva a contenidos afines y aumentando la probabilidad de radicalización.^(14,15) Los hallazgos de este estudio corroboran esta tendencia, dado que las interacciones más intensas se concentraron en publicaciones con alto contenido emocional.

En contraste con estudios que señalan la capacidad democratizadora de las redes sociales, al permitir la participación activa de ciudadanos en debates públicos,^(16,17) los resultados de esta investigación muestran un matiz crítico: aunque la participación fue elevada (72 % declaró intervenir en debates), la calidad del intercambio estuvo condicionada por la inmediatez, la emotividad y la desinformación. De esta manera, la plataforma se configuró más como un espacio de confrontación que como un foro de deliberación informada.

Finalmente, las entrevistas con expertos reforzaron la necesidad de implementar estrategias de alfabetización mediática como una medida clave para contrarrestar la desinformación y fomentar un consumo crítico de información digital. Esta recomendación coincide con lo planteado por la UNESCO y la OMS, que identifican la alfabetización mediática como una herramienta esencial para reducir la vulnerabilidad de las sociedades frente a la infodemia digital.^(18,19) Así, los hallazgos de este estudio no solo tienen implicaciones para

la comunicación y la política, sino también para la salud social y las políticas públicas, en tanto que subrayan la urgencia de generar mecanismos regulatorios y educativos que fortalezcan la resiliencia ciudadana frente a la desinformación.

La investigación corrobora que la plataforma X desempeñó un rol dual en la crisis del caso “Metástasis”: por un lado, posibilitó una amplia participación ciudadana y visibilizó temas de alto interés público; pero por otro, favoreció la propagación de desinformación y la polarización social. Estos resultados enriquecen la discusión académica sobre la influencia de los medios digitales en contextos de crisis y reafirman la necesidad de considerar a la desinformación como un problema no solo comunicacional, sino también de salud y gobernanza democrática.

CONCLUSIONES

El estudio permitió demostrar que los medios digitales, y en particular la plataforma X, desempeñaron un papel central en la configuración de la opinión pública durante el caso “Metástasis” en Ecuador. La investigación evidenció que la interacción digital estuvo marcada por narrativas asociadas a la corrupción judicial y al narcotráfico, lo que reflejó un elevado nivel de descontento ciudadano y un cuestionamiento profundo hacia las instituciones del Estado.

Uno de los hallazgos más relevantes fue que la emocionalidad del contenido y los testimonios exclusivos se consolidaron como factores determinantes en la viralidad de las publicaciones. Esta dinámica confirmó que los procesos de difusión en entornos digitales se encuentran condicionados no tanto por la veracidad de la información, sino por la capacidad de los mensajes para generar impacto emocional inmediato. Si bien este fenómeno incrementó la visibilidad de los contenidos, también facilitó la propagación de desinformación y rumores, lo que repercutió negativamente en la confianza pública y en la calidad del debate ciudadano.

El análisis de las percepciones de los usuarios reveló una paradoja significativa: aunque la mayoría reconoció que la información difundida en X influyó en la formación de sus opiniones, también expresó una alta desconfianza hacia su credibilidad. Este hallazgo resulta preocupante, pues evidencia que la plataforma funcionó simultáneamente como fuente principal de información y como espacio de desinformación, reforzando la necesidad de implementar estrategias de alfabetización mediática y de verificación de hechos que permitan a los usuarios navegar de forma crítica y consciente.

En términos de implicaciones, la investigación aporta evidencia empírica para comprender cómo los medios digitales inciden en la salud social, en la medida en que la exposición constante a contenidos polarizados y a narrativas falsas puede incrementar la ansiedad colectiva, erosionar la confianza institucional y agudizar la fragmentación social. Estos resultados subrayan la urgencia de que tanto los medios de comunicación como los responsables de políticas públicas desarrollen iniciativas orientadas a fortalecer la resiliencia ciudadana frente a la infodemia digital.

La investigación reconoce sus limitaciones en cuanto al periodo analizado y al número reducido de expertos entrevistados; sin embargo, los hallazgos ofrecen un punto de partida sólido para futuros estudios comparativos que examinen la evolución de la conversación digital en distintos momentos de crisis, así como para investigaciones orientadas a evaluar la eficacia de programas de alfabetización mediática en la reducción de la desinformación y en la promoción de un debate público más saludable y constructivo.

REFERENCIAS

1. Castells M. *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial; 2012.
2. Van Dijk TA. *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa; 2016.
3. Rueda Villacís JF. *Impacto comunicacional de los medios en la opinión pública de los estudiantes del octavo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil: Caso Última Hora Ecuador*. Univ Guayaquil; 2021.
4. Arias RMJ. *Periodismo digital y su impacto en la opinión pública de los habitantes del cantón Quevedo, año 2022*. Univ Técnica Estatal de Quevedo; 2022.
5. Rodríguez PF, González J. Polarización y opinión pública en redes sociales: El impacto de las elecciones presidenciales de Brasil. *Rev Bras Estud Polít.* 2023;50(1):77-95. <https://doi.org/10.1590/rbep50.001>
6. Berger J, Milkman KL. What Makes Online Content Viral? *J Mark Res.* 2012;49(2):192-205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>

7. Álvarez García A. El impacto de las redes sociales en la opinión pública: Estudio de caso sobre la pandemia de COVID-19 en España. *Rev Esp Sociol.* 2021;30(3):85-102. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.009>
8. Montero Gutiérrez C. La opinión pública frente al uso de Twitter como herramienta de presión política en Chile. *Rev Chil Estud Soc.* 2022;45(1):87-103. <https://doi.org/10.22370/rces.2022.45.87>
9. Chaves-Montero A. Twitter, social services and COVID-19. *TECHNO Rev.* 2023;14(1):15-30. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v14.4819>
10. Denia E. Twitter y opinión pública. *Rev Mediterránea Comun.* 2021;12(1):289-301. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000006>
11. Sánchez-Fernández M. Redes sociales y desinformación: El papel de Twitter en la formación de la opinión pública durante la pandemia. *Rev Int Sociol.* 2021;79(3):215-30. <https://doi.org/10.3989/ris.2021.79.3.003>
12. Blanco Herrero D. Desinformación y redes sociales: El caso de las elecciones estadounidenses de 2020. *Telos.* 2022;120(1):143-57. <https://doi.org/10.22323/rc.aq.t120>
13. Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science.* 2018;359(6380):1146-51. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
14. Sunstein CR. *Republic.com 2.0.* Princeton: Princeton University Press; 2007.
15. Freitas ZM, Trejo GZ. Redes sociales como canales de digi-impacto en la participación ciudadana. *Rev ORCID.* 2019. Disponible en: <https://orcid.org/0000-0002-8470-4368>
16. Cruz-Santos Y. Narrativas de la participación ciudadana en redes sociales durante protestas en América Latina. *Comunicar.* 2022;30(2):15-27. <https://doi.org/10.3916/C80-2022-01>
17. Noguera A, Pérez LA. Impacto de los movimientos sociales en redes digitales: El caso de #BlackLivesMatter. *Comunicar.* 2023;31(2):55-67. <https://doi.org/10.3916/C80-2023-02>
18. Ibarra-Rost H. Fake news y polarización en redes sociales: Estudio de caso en la política brasileña. *Rev Bras Comun Política.* 2023;45(1):85-101. <https://doi.org/10.5935/rbcpol.br45-2023>
19. Gómez-Acevedo L, Lombana-Bermúdez FPA, Gómez PL. Twitter como espacio de democracia y desinformación. *Comunicar.* 2021;29(66):25-35. <https://doi.org/10.3916/C66-2021-02>
20. Pineda-Alonso C, Serrano-Collado D. La viralidad de la desinformación en redes sociales: Factores y dinámicas en el entorno digital. *Prof Inf.* 2022;31(2):1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.15>
21. Restrepo LF, García Henao G, Arboleda Zapata E. El poder de Twitter en la comunicación investigativa en las áreas de la educación, marketing y política. *Disertaciones.* 2020;13(2):45-61. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.8100>
22. Orozco-García E. El rol de las redes sociales en la polarización política en España: Un análisis del discurso en Twitter. *Rev Int Comun Soc.* 2021;29(3):115-30. <https://doi.org/10.3145/csoc.29-2021-115>
23. Navarro M, García A. La construcción de la opinión pública en tiempos de crisis: Redes sociales y el caso de Cataluña. *Rev Esp Sociol.* 2022;31(2):65-82. <https://doi.org/10.1080/SES-31-65>
24. Fernández-Gómez JD, Bañuelos-García JA. Redes sociales y elecciones en España: Análisis del impacto de Twitter en las elecciones generales de 2019. *Rev Esp Investig Sociol.* 2020;172(1):35-50. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3486508>
25. Zambrano Ortiz JR, Torres Muñoz P. El impacto de las redes sociales en las elecciones presidenciales de Ecuador 2021. *Rev Ciencia Tecnol.* 2022;25(2):195-210. <https://doi.org/10.1111/jct.2022.t23>
26. Bañón AM. Redes sociales, discurso político y fake news: Nuevas amenazas a la democracia. *Cuadernos*

Inf Comun. 2020;25(2):77-94. <https://doi.org/10.5209/ciyc.68910>

27. Betancourt Maldonado AN. Twitter como escenario de violencia simbólica: Mujeres líderes de opinión pública en Colombia víctimas de estigmas. Pontificia Univ Javeriana; 2020. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/54360>

28. Aliaga J. La influencia de las redes sociales en la construcción de la opinión pública durante las elecciones en Perú 2021. Rev Comun Medios Digit. 2022;14(1):121-34. <https://doi.org/10.1093/jcm.2022.014>

29. Bossetti DP. El discurso populista en las redes sociales: Análisis del caso de Argentina. Rev Lat Comun Soc. 2023;32(1):167-82. <https://doi.org/10.4185/rlds-2023-1550>

30. Gómez L. Desinformación y opinión pública en América Latina: Impacto de las fake news durante la pandemia. Rev Cient Estud Soc. 2021;35(2):89-104. <https://doi.org/10.35376/cse.35.89>

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Ninguno.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Héctor Córdova.

Curación de datos: Leonela Macías.

Análisis formal: Guillermo Del Campo S.

Investigación: Héctor Córdova, Guillermo Del Campo, Leonela Macías.

Metodología: Shirley Cabrera.

Administración del proyecto: Héctor Córdova.

Recursos: Leonela Macías.

Software: Shirley Cabrera.

Supervisión: Héctor Córdova.

Validación: Guillermo Del Campo.

Visualización: Héctor Córdova.

Redacción - borrador original: Guillermo Del Campo.

Redacción - revisión y edición: Shirley Cabrera.