

Editorial

Lo vi en TikTok: la desinformación en tiempos de redes sociales

El siguiente diálogo, aunque breve, resulta alarmantemente representativo del modo en que hoy muchas personas se informan:

—¿Supiste que no se aprobaron los recursos para la educación porque los políticos querían aumentar sus sueldos?

—¿Cómo lo sabes?

—Lo vi en TikTok.

En un escenario mediático dominado por las plataformas digitales, las redes sociales se han convertido en la principal fuente de información para millones de personas. Sin embargo, este acceso casi ilimitado a contenidos de diversa índole también ha abierto la puerta a la desinformación, la manipulación y la pérdida del pensamiento crítico.

Frente a este fenómeno, cabe preguntarse: ¿importa quién nos informa? ¿Posee el mismo valor un contenido difundido por un experto, que otro generado por un usuario anónimo sin formación ni contexto? La respuesta es evidente, pero en la práctica cotidiana, la distinción parece desdibujarse. El semiólogo italiano Umberto Eco fue categórico al advertir que "las redes sociales han promovido al tonto del pueblo al rango de portador de la verdad". Este fenómeno se agrava cuando la viralización de contenidos se convierte

en criterio de validación, desplazando a la veracidad y al análisis argumentado.

Gustave Le Bon, en su estudio sobre la psicología de las masas, ya anticipaba que el comportamiento colectivo suele estar determinado más por la sugestión emocional que por la razón. La masa, decía, es intelectualmente inferior al individuo aislado, y sus reacciones pueden ser fácilmente manipulables. Hoy, esa "masa" está conectada digitalmente, amplificada por algoritmos y validada por "likes" y compartidos.

En este contexto, la responsabilidad individual en el consumo de información cobra una relevancia ética y ciudadana. El acto de verificar fuentes, contrastar datos y cuestionar narrativas no debe ser exclusivo del periodismo, sino una práctica social fundamental. De lo contrario, la sociedad queda expuesta a discursos populistas, teorías conspirativas y decisiones basadas en percepciones erróneas.

Frente a este panorama, se hace urgente fortalecer los medios de comunicación éticos, promover la alfabetización digital y defender la figura de informadores responsables. En la era de la sobreinformación, el verdadero desafío es no naufragar en un océano de ignorancia viral.

LUIS FERNANDO GONZÁLEZ V
SUB DIRECTOR