

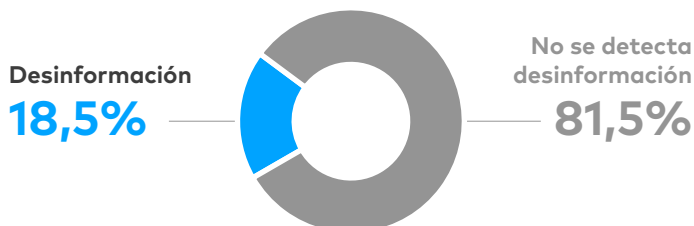
Entre el ruido y los datos

Una mirada a las temáticas donde se concentra la desinformación que afecta a la juventud en redes sociales.



Presencia de desinformación en la conversación

Gran alcance de la desinformación en redes sociales. Casi 2 de cada 10 menciones analizadas en X son desinformadoras.



Emocionalidad de los bulos

Positivo

6,5%

Resalta beneficios o acciones destacadas

Neutro

17,8%

Presenta datos sin valoraciones ni lenguaje ofensivo u adulator

Negativo

75,7%

Pretende generar rechazo hacia personas, colectivos o instituciones

3 de cada 4 menciones desinformadoras tienen un tono negativo.

Tipos de bulos detectados

6 de cada 10 menciones desinformadoras se clasifican como engaño: contenido manipulado, atribuciones erróneas, teorías sin fundamento y distorsión de hechos reales.

58,9%



Engaño

18,9%



Descontextualización

12,4%



Exageración

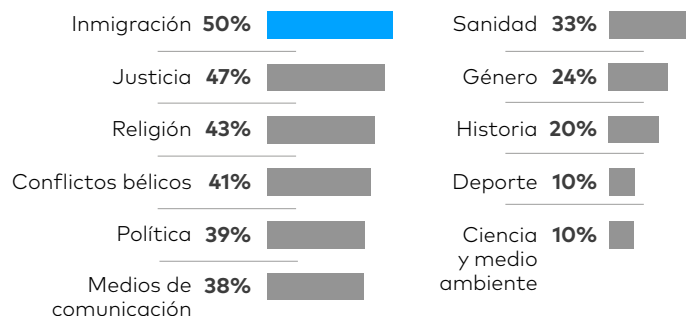
15,1%



Broma

Temas de conversación afectados por la desinformación

Porcentaje (%) de menciones por temática.



Altavoces de desinformación

Los 100 perfiles desinformadores más relevantes generan casi 11 millones de conversaciones mensuales en X. Las conversaciones son amplificadas por más de 300 mil usuarios que difunden sus narrativas falsas.

45%



Creador/a de contenido

21%



Político/a

20%



Periodistas

10%



Medios de comunicación

4%



Partidos políticos

Porcentaje (%) de altavoces de la desinformación.

Superdesinformadores

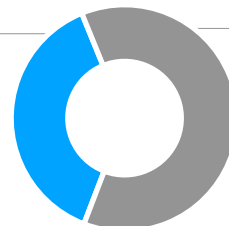
38%

Responsables de desinformación en 3 o más de cada 10 menciones

Desinformadores

62%

Desinforman en 1 ó 2 de cada 10 menciones



¿Quiénes son los creadores de contenido?

- La mayoría son cuentas anónimas, aunque también hay perfiles activistas o profesionales.
- Su rasgo identificativo es la inclinación hacia temas de actualidad política y social.
- Concentra una proporción mayor de superdesinformadores.