



Universidad Adolfo Ibáñez

Escuela de Comunicaciones y Periodismo

COMPRENDIENDO LOS FACTORES QUE INFLUENCIAN LA DECISIÓN DE
COMPARTIR NOTICIAS POLÍTICAS FALSAS EN REDES SOCIALES EN CHILE:
UN ESTUDIO CUALITATIVO

CAMILA BARRERA QUEZADA

Tesis presentada a la Escuela de Comunicación y Periodismo para optar al grado
de Magíster en Comunicaciones mención Edición y Medios

Profesora guía: Dra. Carmina Rodríguez Hidalgo

20 de febrero. 2026

Viña del Mar, Chile

INDICE DE CONTENIDOS

I. RESUMEN.....	5
II. ABSTRACT.....	6
III. INTRODUCCIÓN	8
IV. MARCO TEORICO.....	15
1. Ecosistema de comunicación digital y la transformación de la información.....	15
1.2. Redes sociales como medios informativos.....	15
1.3. Contenido noticioso en entornos digitales.....	17
1.4. Viralización y difusión acelerada de contenido falso.....	18
1.5. Infoxicación, desinformación y noticias falsas.....	19
2. Paradigmas sobre el rol de la audiencia.....	20
2.1.1 Usos y gratificaciones.....	20
2.1.2 Modelo de susceptibilidad diferencial.....	21
2.1.3 El paradigma de la audiencia pasiva o “zombie digital”	23
V. PREGUNTA INVESTIGACIÓN.....	24
VI. METODOLOGÍA.....	25
VII. DESARROLLO.....	29
VIII. RESULTADOS.....	43
IX. CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN.....	45
X. REFERENCIAS.....	49
XI. ANEXOS.....	56
1. ANEXO 1: PAUTA DE ENTREVISTAS.....	56
2. ANEXO 2: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°1.....	58
3. ANEXO 3: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°2.....	67
4. ANEXO 4: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°3.....	79
5. ANEXO 5: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°4.....	89
6. ANEXO 6: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°5.....	100
7. ANEXO 7: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°6.....	111
8. ANEXO 8: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°7.....	127

9. ANEXO 9: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA N°8.....	140
---	-----

Resumen

Esta tesis busca comprender los factores subjetivos de por qué algunas personas deciden compartir contenido noticioso falso en Instagram y cómo justifican esa acción en un contexto digital marcado por desinformación, infoxicación y alta exposición a contenido político. Estos resultados y conclusiones se obtuvieron de ocho entrevistas cualitativas y un análisis basado en la Teoría Fundamentada, con esto se identificó que el compartir contenido falso en redes sociales no se explica solo por creer o no en la veracidad de una publicación, sino por una lógica más compleja en la que influye la identidad política, el uso de Instagram como herramienta política y los factores emocionales de los usuarios.

Palabras clave: desinformación, redes sociales, noticias falsas, infoxicación, audiencia activa, audiencia pasiva.

Contador de palabras:

Abstract

This thesis seeks to understand the subjective factors behind why some people decide to share false news content on Instagram and how they justify this behavior in a digital context marked by misinformation, information overload (infoxication), and high exposure to political content. These findings and conclusions are drawn from eight qualitative interviews and an analysis grounded in Grounded Theory. The study identifies that sharing false content on social media is not explained solely by whether users believe a post is true or false, but rather by a more complex logic shaped by political identity, the use of Instagram as a political tool, and users' emotional factors.

Key words: misinformation, social media, fake news, information overload (infoxication), active audience, passive audience.