



Bots en redes sociales: una amenaza estructural al espacio público digital, por Álvaro Ramis

Posted on Septiembre 10, 2025

El presente artículo analiza el fenómeno de los bots en la red X (anteriormente Twitter) y su impacto en la comunicación digital y la democracia. Se examinan las dimensiones de capacidad de influencia, impacto informacional, variables técnicas y efectos socio-políticos, considerando también factores contextuales que potencian la vulnerabilidad del espacio público digital. Se concluye que los bots constituyen actores estructurales capaces de distorsionar percepciones, polarizar la opinión pública y erosionar la confianza en los procesos democráticos.

Introducción

Las redes sociales se han consolidado como espacios centrales de circulación de información y formación de opinión pública. Sin embargo, su estructura abierta y su velocidad de difusión las convierten en entornos susceptibles a la manipulación digital. Entre los agentes de esta manipulación, los bots representan un fenómeno de creciente relevancia académica y política, dado que operan de manera automatizada para amplificar mensajes, difundir desinformación y afectar la interacción social (Ferrara et al., 2016; Howard, Woolley, & Calo, 2018).

Marco Teórico

La literatura sobre comunicación digital identifica varias dimensiones en las que los bots ejercen influencia:

- **Agenda Setting y Validación Social:** Los bots pueden instalar temas en la conversación pública mediante la amplificación artificial de mensajes. La frecuencia de exposición puede ser interpretada como señal de legitimidad o veracidad, reforzando la percepción de consenso (McCombs & Shaw, 1972; Vosoughi, Roy, & Aral, 2018).
- **Difusión de Desinformación:** Su capacidad de diseminar rumores o noticias falsas impacta en la reputación de actores sociales y en la saturación del debate público (Bradshaw & Howard, 2019; Ferrara et al., 2016).
- **Variables Técnicas:** La incorporación de inteligencia artificial permite bots más sofisticados que generan contenidos verosímiles, dialogan de manera adaptativa y segmentan audiencias según preferencias detectadas (Alfonsi & Paolillo, 2021; Gorwa & Guilbeault, 2020).
- **Impacto Socio-Político:** Los bots refuerzan la polarización y burbujas informativas, afectan procesos electorales y facilitan el acoso digital coordinado (Sunstein, 2017; Marwick & Lewis, 2017).

Análisis

El análisis integral de estas variables sugiere que los bots no son meros actores tecnológicos, sino agentes estructurales de influencia digital. Su velocidad de reacción y coordinación en red permite colonizar la narrativa pública antes de que existan mecanismos de verificación, generando ventajas significativas frente a usuarios reales y medios tradicionales. La opacidad de las plataformas y la falta de regulación amplifican esta vulnerabilidad (Pasquale, 2015).

Se observa una interacción entre variables técnicas y efectos socio-políticos: la sofisticación de los bots aumenta la percepción de legitimidad de la información, lo que a su vez refuerza la polarización y la manipulación de la opinión pública. Este ciclo representa un desafío central para la teoría democrática y para las políticas de gobernanza digital.

Conclusión

Los bots en la red X constituyen un fenómeno que trasciende la dimensión tecnológica, configurándose como actores estructurales que afectan la deliberación pública y la confianza en la esfera digital. Su capacidad de manipular agendas, distorsionar percepciones y condicionar la interacción social requiere un

abordaje multidimensional: desde marcos regulatorios más estrictos hasta alfabetización mediática y mecanismos de transparencia algorítmica. La comprensión académica de este fenómeno es fundamental para proteger la integridad del debate digital y garantizar la resiliencia de los sistemas democráticos frente a la manipulación automatizada.

Referencias

- Alfonsi, E., & Paolillo, F. (2021). Artificial intelligence and social media manipulation: Risks and challenges. *Journal of Information Ethics*, 30(2), 45-59.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation. Oxford Internet Institute.
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., & Flammini, A. (2016). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96-104.
- Gorwa, R., & Guilbeault, D. (2020). Unpacking the social media bot: A typology to guide research and policy. *Policy & Internet*, 12(2), 225-248.
- Howard, P. N., Woolley, S., & Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(2), 81-93.
- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online. Data & Society Research Institute.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.

Álvaro Ramis, Teólogo, Rector Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Presidente Centro de

Estudios Territorio y Comunidad. Ex presidente de la FEUC y actual investigador del Centro Ecuménico Diego de Medellín. Colaborador de elmaipo.cl

El Maipo/Le Monde Diplomatique