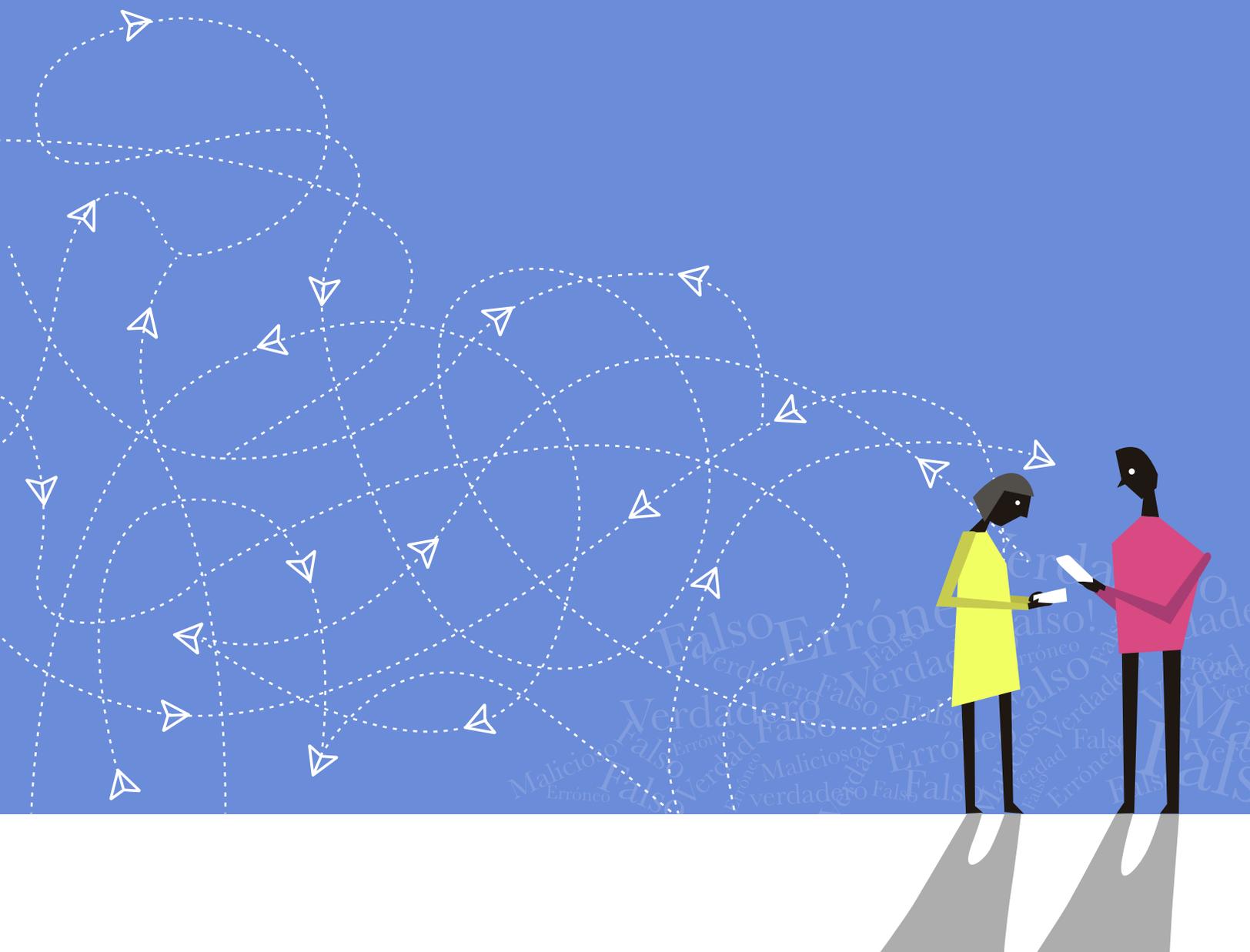




La contaminación informativa y su impacto en la democracia: enfoques, causas y consecuencias



La contaminación informativa y su impacto en la democracia: enfoques, causas y consecuencias

La contaminación informativa y su impacto en la democracia: enfoque, causas y consecuencias

Representante Residente (a.i.) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Chile:
Magdy Martínez Soliman

Equipo redactor:
Bruna Fonseca de Barros, Juan Pablo Luna, Sergio Toro y Sebastián Valenzuela pertenecientes al Instituto Milenio de Fundamentos de los Datos (IMFD)

Equipo de colaboración: Natacha Blazquez, Juan Pablo Miranda, Felipe Ajenjo, Francisco Sánchez y Matías Cociña

Edición: Pilar de Aguirre

© Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son la de las y los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de las Naciones Unidas, incluyendo al PNUD a los Estados Miembros de Naciones Unidas.

Cita recomendada:
PNUD (2020). *La contaminación informativa y su impacto en la democracia: enfoques, causas y consecuencias*. Santiago de Chile, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.



Índice

Resumen Ejecutivo	5
1 Presentación	7
2 Introducción	11
3 Conceptualización: <i>desinformation, misinformation, mal-information</i> y la era de la posverdad	15
4 La oferta: la producción industrial de desinformación y el ecosistema mediático	19
5 La demanda: el consumo de noticias falsas en el ambiente online	31
6 Los impactos de la contaminación informativa en la democracia	41
7 Soluciones propuestas	51
8 Consideraciones finales: la agenda de investigación	57
Anexo 1. Glosario	61
Referencias	71
Referencias secundarias	78

Resumen Ejecutivo

Este reporte presenta una revisión sistemática de la bibliografía disponible sobre los procesos de contaminación informativa en el contexto de las sociedades contemporáneas, haciendo énfasis, en particular, en la interacción entre la irrupción de las redes sociales, los procesos de desinformación, y los efectos de ambos sobre las instituciones y procesos democráticos. El reporte (y su glosario) introducen los principales conceptos que estructuran la discusión teórica, y analiza los principales hallazgos empíricos disponibles. En ese sentido da cuenta de los factores de oferta (medios y productores de información; plataformas en la que circula la información y sus características específicas) y demanda (grupos y categorías sociales relevantes para la circulación de contaminación informativa; grupos afectados por los procesos de desinformación, etc.) que estructuran los procesos de circulación de contaminación informativa en sociedades contemporáneas. Finalmente, da cuenta de los principales enfoques y corrientes teóricas que pugnan por explicar el fenómeno, así como de los hallazgos empíricos que inspiran hipótesis relevantes sobre las causas y consecuencias de la contaminación informativa. Sobre esa base se discuten las principales propuestas de intervención asociadas a los dos enfoques más importantes y se identifican los principales rasgos de una agenda de investigación que conduzca a conclusiones más firmes en el futuro, de modo de orientar la política pública sobre el tema.

1

Presentación



1 Presentación

El rápido desarrollo de internet, las redes sociales y la inteligencia artificial, han tenido un impacto sin precedentes en la forma que ciudadanas y ciudadanos acceden a la información, la utilizan y la comunican. Si bien estos avances han contribuido a crear procesos de gobernanza más inclusiva, transparente y participativa, por otra parte, han contribuido también al fenómeno de la contaminación informativa y de la desinformación deliberada, lo que implica riesgos y desafíos a nivel global y local. Todos y todas vamos familiarizándonos con neologismos hasta hace poco desconocidos o inexistentes, como los bots, los influencers, las cámaras de eco, los cyborgs, las profecías digitales, el doxing, el trolling o el flooding y los fake news. El vocabulario de la posverdad ha aumentado al mismo ritmo que sus discípulos, y que el estudio de sus métodos, actores e impactos. Este trabajo concluye con un interesante glosario analítico que permite descubrir muchos de los conceptos asociados a la contaminación informativa.

El problema de la desinformación y mal-información informativa existe desde hace siglos, del mismo modo en que siempre ha existido un periodismo de calidad, una lucha por producir una comunicación pública basada en hechos verificados, separando claramente información y opinión, y cerrando el paso a la propaganda y a la falsedad. Los regímenes y las ideologías políticas más nocivos de la historia de la humanidad han utilizado con cinismo la mentira y la propaganda de agitación como herramientas de control, influencia y propagación de sus políticas en el contexto de estados autoritarios, eliminación de la libertad de prensa y utilización descarnada de los discursos del odio. La relación de los medios de comunicación tradicionales o mainstream, públicos y privados, con la veracidad y la neutralidad política no siempre ha sido robusta en el pasado, con una tendencia a la manipulación, al control de la información, a la asociación con intereses estatales, políticos o económicos muy concretos. Si los medios son el cuarto poder, y si la información es poder, el sistema de comunicación ha tendido a asociarse con el poder, a veces en detrimento de la veracidad.

El dinamitado de la escena informativa, con la fragmentación y pulverización sin precedentes del número de emisores de información, ha reducido la influencia de los medios mainstream, pero no la existencia del fenómeno de la manipulación informativa, la desinformación intencionada y otras amenazas al acceso a una información creíble y contrastada. El bajo costo de producción y distribución de noticias en comparación con el del periodismo profesional se compagina con una gran libertad y la ausencia casi total de controles de calidad. Dado que la confianza de las personas en las instituciones democráticas - incluidos los principales medios de comunicación - se encuentra en niveles mínimos, la influencia de los rumores y las fuentes informales de información ha sufrido un aumento sin precedentes. También se ha reducido la profundidad de la información que recibimos y consumimos, cada vez en impactos más numerosos que circulan a alta velocidad y en fragmentos más “delgados”, hasta producir la sensación de “ruido informativo”. Las fake news han escogido temas como el terrorismo, los desastres naturales, la genética humana y la información financiera para proliferar. Dos son sin embargo las áreas más proclives a la contaminación informativa: la política y la medicina, aunque la academia señala que es más difícil corregir la mal-información política que las informaciones dudosas asociadas al área de la salud.

La posverdad se declaró oficialmente inaugurada en 2016, asociándose por los y las analistas a dos procesos electorales: la elección del presidente Trump y el Brexit. Sin embargo, la

posverdad saltó rápidamente de la política a la ciencia: la pandemia del Covid-19 ha demostrado como la contaminación informativa afecta a la medicina y a las políticas de salud pública. Se han generado graves daños al orientar, o intentar orientar, a las personas a tomar acciones contrarias a su propio bienestar, llegando a poner en peligro su propia salud, generando dudas irracionales, y socavando las capacidades de los gobiernos y los sistemas sanitarios.

La contaminación informativa podría tener, como se está investigando, serios efectos en la democracia. Ésta se refuerza cuando la ciudadanía accede a una información adecuada y diversa para formar sus preferencias y participar en igualdad de condiciones en las decisiones públicas. Las asimetrías en el acceso a la información generan desigualdades en la posibilidad de participar e influir en una democracia. Pero si dicha información proviene de fuentes dudosas, es falsa o mal intencionada, las acciones y decisiones de la ciudadanía no solamente se ven limitadas, también pueden alejarse de sus propias preferencias, favorecer intereses particulares o atentar contra el bien común. En este contexto de incertidumbre y ante un abrumador volumen de información y desinformación, las personas tienen la tarea casi imposible de elegir qué creer. La diseminación intencional y no intencional de información engañosa, falsa o manipulada, aumenta el miedo y la confusión, a la vez que conduce a conductas de alto riesgo susceptibles de generar actos de violencia y estigmatización. Quienes han estudiado a los emisores y consumidores sistemáticos de noticias contaminadas, concluyen que hay un sesgo político e ideológico predominante, aunque no exclusivo, en la viralización de la contaminación informativa. Destacan al populismo europeo y americano, subculturas como alt-right, en general la extrema derecha, anti multiculturalistas y anti globalistas, teóricos/as de la conspiración, nacionalistas blancos/as, defensores/as de los derechos de los hombres, activistas antiinmigración, antifeministas y antisemitas. Ninguno de estos colectivos se ha caracterizado por una defensa de los derechos humanos, de las libertades públicas o de los valores democráticos.

Chile, inmerso en dinámicas políticas y sociales complejas, en la pandemia del COVID-19, un intenso ciclo electoral y el proceso de reemplazo constitucional, no ha quedado inmune del fenómeno de la contaminación informativa. En un momento en el cual se toman decisiones relevantes a través de procesos democráticos y en los que los espacios digitales se potencian, en parte debido a la pandemia, la contaminación informativa se vuelve no solamente una posibilidad, sino un medio de gran utilidad para promover visiones e intereses e influir en las decisiones políticas. De ahí la necesidad de extremar la vigilancia, definida por Thomas Jefferson como el eterno precio de la libertad.

El PNUD es un actor y analista de los fenómenos de la gobernabilidad y una institución que asesora a 150 países sobre las mejores prácticas para fortalecer la democracia. Por ello manifestamos una preocupación fundamental respecto de procesos y tendencias que socavan la confianza ciudadana en las instituciones, debilitan la participación informada y favorecen opciones autoritarias de cualquier signo, especialmente las que incitan a la violencia, polarizan las sociedades, fomentan al odio y vulneran los derechos humanos. El aumento de ofertas virtuales mal llamadas informativas, asociadas a comportamientos discriminatorios y contrarios a la igualdad (machistas, racistas, antisemitas, incitadores a la violencia contra minorías) es un motivo de honda preocupación que requiere respuestas de la sociedad y de sus instituciones.

El presente documento se elaboró en el marco del proyecto de la Oficina de Chile del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): *“Construyendo un ecosistema para enfrentar la contaminación informativa y fomentar la legitimidad y participación en el proceso constitucional de Chile”*, que contó con el financiamiento del Centro de Gobernanza del PNUD en Oslo. Bajo dicho proyecto, el PNUD suscribió un acuerdo de subvención con el Instituto Milenio de Fundamentos de los Datos (IMFD), para trabajar de manera conjunta en el impacto de la contaminación informativa en los procesos electorales y la democracia.

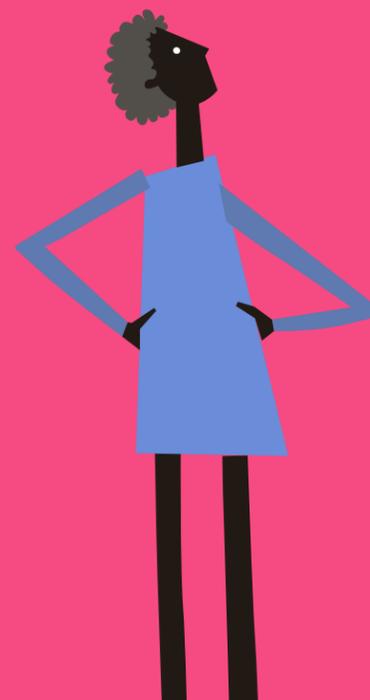
Este trabajo busca ser un aporte concreto que permita entender y promover un debate acerca de cómo abordar y responder de manera efectiva al fenómeno de la contaminación informativa que amenaza a las democracias contemporáneas. Está demostrado que las noticias falsas viajan más lejos y más rápido que la información factual. Una de las propuestas de analistas que recoge el presente informe es hacer que las noticias reales sean tan simples de comprender como las noticias falsas. Pese a que la realidad es muchas veces compleja, y las noticias falsas utilizan la técnica de la sobre simplificación, incumbe a los emisores y emisoras de información veraz la difícil tarea de facilitar su comprensión. La verdad no tiene porqué ser comunicada de manera espesa o alambicada.

Hay asimismo instrumentos ofrecidos por la tecnología para detectar las informaciones falsas, las manipulaciones algorítmicas, las cuentas masivas no correspondientes a personas individuales y otros procedimientos utilizados por los partidarios de la contaminación informativa. Otra de las propuestas emanadas de los análisis de la comunidad científica es articular respuestas no solamente del Estado, estructuralmente tendente a controlar la información, ni de las plataformas tecnológicas, interesadas acriticamente en maximizar su beneficio, sino de una alianza público-privada entre ambos y de la cooperación internacional. El trabajo del PNUD en esta materia se enmarca en su papel de agente de cooperación y promoción de valores democráticos e instituciones sólidas, en apoyo a los esfuerzos nacionales para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, y particularmente, del objetivo 16. La reducción de la desinformación masiva sin duda mejorará la salud de nuestras democracias, también en Chile. El presente documento analiza la literatura científica sobre las actuales tendencias del problema y presenta algunas soluciones, animando a que se continúe un debate riguroso sobre la democracia sofisticada en que vivimos, con sus recientes dificultades, pero también con su capacidad de respuesta.

Magdy Martinez Soliman
Representante Residente (a.i.) del PNUD en Chile

2

Introducción



2 Introducción

Los problemas de desinformación tienen una larga historia en el desarrollo de los medios de comunicación. Por ejemplo, durante el siglo XIX en Estados Unidos, lo natural era que la prensa publicara noticias que defendían intereses políticos y que financiaban su actividad a través de prácticas de patronazgo (Benkler 2020). Esta tendencia, sólo pudo ser contrarrestada con el surgimiento del periodismo profesional, cuyo objetivo fue distinguir la información objetiva, sistemática y verificada del llamado “falso periodismo” o *fake journalism*. Esta profesionalización del periodismo se estableció como una tendencia importante después de la Primera Guerra Mundial. Su rol en el conflicto, al convencer a la opinión pública sobre la necesidad de la entrada de Estados Unidos, fue catalogado como “el mayor éxito de comunicación” (Bennett y Livingston 2020) y consolidó una forma de comunicar con ciertos estándares de veracidad.

Sin embargo, estos estándares de veracidad están frecuentemente tensionados por el surgimiento de nuevas tecnologías y medios de difusión. Al igual que en épocas anteriores, cuando surgieron la prensa, la radio o la televisión, las nuevas tendencias tecnológicas han obligado a revisar las reglas de calidad respecto a la circulación de información en la sociedad. Actualmente, con la emergencia de un nuevo ecosistema de medios, los dilemas del falso periodismo vuelven a aparecer con fuerza. Es más, el desarrollo de la comunicación online en un paisaje mediático ya profesionalizado, reflota muchas de las preguntas del pasado. ¿Cómo usar las nuevas tecnologías para informar? ¿De qué manera las personas sabrán qué es verdad y qué es mentira? ¿Cómo afecta la manipulación de la información a la democracia, sus instituciones y sus procesos? (Tucher 2020).

Así, ante cada avance tecnológico surgen nuevas posibilidades de manipulación informativa. Por ejemplo, el debate actual sobre la contaminación informativa contrasta fuertemente con las expectativas generadas por la revolución del internet. Entre las décadas de 1990 y los años 2000, emergió una narrativa optimista sobre el progreso tecnológico y la mayor posibilidad de libre expresión y participación en el debate que la horizontalidad de la red ambientaba. En este sentido, la expansión del Internet fue vista como el triunfo máximo del liberalismo, ya que, además de democrático, era un espacio sin ninguna regulación por parte del Estado (Starr 2020).

Estas concepciones tempranas respecto a las consecuencias potenciales de la innovación digital tanto para el mercado de la comunicación, como para el régimen democrático, generaron predicciones erróneas respecto a tres puntos centrales. Primero, subestimaron el rol positivo de la esfera pública predigital en la democracia. Segundo, el internet se convirtió en un arma de doble filo, haciendo posible la propagación rápida y a bajo costo de información confiable, pero también, de desinformación y de discursos de odio. Tercero, además de desafiar el poder de los medios *mainstream*, las nuevas plataformas digitales también se involucraron en prácticas monopólicas, implementando además mecanismos de vigilancia, control, censura, y sesgo informativo. Esto último, especialmente a partir de algoritmos que buscaron maximizar ganancias económicas para las plataformas y terminaron también incentivando la expansión de información dudosa (Ibid, 68).

En este nuevo contexto, las investigaciones sobre las causas y consecuencias de la contaminación o polución informativa, a pesar de la variedad de enfoques y de su carácter

altamente multidisciplinar, presentan un consenso: la desinformación afecta negativamente el funcionamiento de la democracia. Sin embargo, existen disensos respecto a cómo, cuánto, y de qué forma se puede medir este impacto. Asimismo, también emergen divergencias relacionadas a la dirección de la relación entre desinformación y el régimen democrático. ¿La crisis de las instituciones llevó a la “era de la desinformación”? ¿O serían las informaciones falsas las que condujeron al desgaste del debate democrático? ¿Las noticias falsas y otros tipos de información nociva influyen realmente el resultado electoral? ¿Cómo medir y adjudicar causalidad entre estos factores?.

Este reporte examina investigaciones publicadas entre 2009 y 2020, las cuales abordan las posibles causas y efectos de la contaminación informativa. En primer lugar, se expone el debate sobre la conceptualización de los términos *disinformation*, *misinformation* y *mal-information*. Los tres conceptos reflejan la gran diversidad existente respecto a formas de desinformar, en parte alimentadas por las posibilidades que ofrece el medio digital. Segundo, a pesar de la ausencia de una conceptualización explícita y consensuada respecto al concepto de *democracia* utilizado en la literatura revisada, se buscó identificar cómo la contaminación informativa pueden afectar a este régimen de gobierno, y qué dimensiones de la vida democrática parecen estar más afectadas en función de la evidencia analizada por el corpus de trabajos reseñado.

En tercer lugar, se analizan dimensiones relativas a la oferta (quiénes producen y dónde circula) y a la demanda (quiénes consumen y viralizan) de información dudosa. Respecto a la demanda, se utilizan cinco enfoques presentes en la bibliografía reseñada: a. Cognitivo; b. Estructural; c. Tecnológico; d. Institucionalista, y e. Geopolítico. También se sistematiza evidencia empírica respecto al consumo y circulación de información dudosa en distintos grupos socioeconómicos. A su vez, se analiza la evidencia disponible respecto al impacto particular de distintas redes sociales en la contaminación informativa, así como el tipo de contenido que circula más asiduamente en los episodios más frecuentemente detectados.

Finalmente, se reseñan las soluciones propuestas por distintas/os autoras/es al problema de la contaminación informativa en el mundo contemporáneo. En las consideraciones finales se exponen algunas fallas de diseño que deben considerarse en futuros esfuerzos de investigación e incidencia sobre los impactos de la desinformación en los procesos democráticos.

Conceptualización:
disinformation, misinformation, mal-information
y la era de la posverdad

3



3 Conceptualización: disinformation, misinformation, mal-information y la era de la posverdad

Las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016 y el referéndum del Brexit en el mismo año marcaron un punto de inflexión en la agenda de investigación sobre las causas y consecuencias de la desinformación *online* (Allcott and Gentzkow 2017; Allcott, Gentzkow, and Yu 2019; Benkler 2020; Dobrev, Grinnell, and Innes 2020; Hansen and Lim 2018; Marwick and Lewis 2017; Montero-Liberona and Halpern 2019; Moretto Ribeiro and Ortellado 2018; Shin et al. 2018). En particular, el término *fake news* se popularizó en el vocabulario de políticos/as, académicos/as y medios de comunicación, dejando de ser sinónimo de programas televisivos de sátira u otros tipos de parodias hechas a partir de noticias reales (Balmas 2014; Berkowitz and Schwartz 2016; Bernal 2013; Wight 1992; Brewer, Young, and Morreale 2013; Day and Thompson 2012), pasando a ser considerado una amenaza para los regímenes democráticos. Sin embargo, las investigaciones han mostrado que las *fake news* son solamente la punta del iceberg.

El uso del concepto *fake news*¹ genera tres problemas centrales. En primer lugar, excluye las noticias legales de baja calidad o la información dudosa que cumple con los términos de uso establecidos por las redes sociales (Bradshaw et al. 2019). Segundo, el concepto inhibe la detección de otros fenómenos de desinformación clave, como las exageraciones, la omisión de información de contexto, además de cualquier tipo de error u omisión verificable, sea aquella intencional o accidental (Moretto Ribeiro and Ortellado 2018). Finalmente, la discusión actual sobre las *fake news* y la politización de este término (Brummette et al. 2018; Egelhofer and Lecheler 2019; Farkas and Schou 2018; Ross and Rivers 2018) han “alienado a las/os ciudadanas/os”, para quienes se hace cada vez más difícil identificar qué es una noticia falsa (Humprecht, Esser, and Van Aelst 2020). Esto se explicaría por el hecho de que este concepto ha sido utilizado para hablar de malinformación, desinformación, sátira, parodia, aviso encubierto (*native advertising*) y cobertura desfavorable (Tandoc, Lim y Ling 2018 en Li 2020).

Las formas de desinformación se han expandido y diversificado con el avance de las tecnologías digitales. En la actualidad observamos que las noticias falsas son solamente un subtipo de un conjunto de formas en que se incurre en desinformación: sea a través de la prácticas de *doxing* (Hansen and Lim 2018), de la difusión de contenido hiper partidista (Benkler, Faris, and Roberts 2018; Moretto Ribeiro and Ortellado 2018), de la circulación de propaganda (Golovchenko et al. 2020), de la propagación de rumores (Berinsky 2015; Flynn, Nyhan, and Reifler 2017; Shin et al. 2017; Starbird et al. 2014), de teorías de la conspiración (Allcott and Gentzkow 2017; Marwick and Lewis 2017; Sunstein and Vermeule 2009), de fenómenos asociados al *trolling* (Hansen and Lim 2018; Marwick and Lewis 2017), de la circulación de digital prophecies (Dobrev, Grinnell, and Innes 2020), de la creación de false flags (Ibid 2020), y de fenómenos de flooding (Tucker et al. 2017), entre muchos otros². En este sentido, algunas/os investigadoras/es defienden un enfoque más amplio que abarque a diversos modos de desinformar (McKay and Tenove 2020).

1 Entendido como la información intencionalmente falsa y disfrazada de noticias provenientes de medios de comunicación tradicionales (Calvert and Vining 2018; A. Guess, Nagler, and Tucker 2019; Ha, Andreu Perez, and Ray 2019; Hansen and Lim 2018; Lazer et al. 2018; Montero-Liberona and Halpern 2019; Nelson and Taneja 2018; Pennycook and Rand 2019).

2 Estos y otros términos están definidos en el Glosario, disponible en el Anexo I.

Esta diversidad fue sintetizada en el concepto de “polución informativa” (o *information pollution*) acuñado por Wardle y Derakhshan (2017). Los autores lo definen como un conjunto de actores, técnicas y plataformas que permiten una difusión masiva de información dudosa. Dentro de este universo, se identifican tres conceptos clave: *disinformation*, *misinformation*³ y *mal-information*. Estos varían en dos dimensiones: el contenido del mensaje (verdadero o falso) y la intencionalidad del emisor/a (desinformar deliberadamente versus hacerlo de forma inintencionada). Mientras que empíricamente es posible distinguir el contenido y la veracidad de la información, por otro lado, “determinar las intenciones de una persona o grupo es extremadamente difícil” (Wittenberg and Berinsky 2020, 168). Por último, es importante tener en cuenta que la *misinformation*, *disinformation*, y *mal-information* se entrecruzan, toda vez que las/os usuarias/os en línea pueden compartir involuntariamente información falsa o verdadera creada con el objetivo de desinformar (Humprecht et al. 2020).

Disinformation

El concepto *disinformation* puede ser definido como información falsa cuyo objetivo es engañar intencionalmente al receptor del mensaje (Bakir and McStay 2018; Freelon and Wells 2020; A. M. Guess and Lyons 2020; Rossini et al. 2020; Vargo, Guo, and Amazeen 2018). Humprecht et al. (2020) detallan algunas formas en que la *disinformation* se presenta: a través de contenido falso, impostor, fabricado, sin contexto, o de la difusión de opiniones y comentarios manipulados. Los objetivos de la propagación deliberada de información varían, pudiendo ser políticos (Bennett and Livingston 2020b; Shao et al. 2018), económicos (A. Guess, Nagler, and Tucker 2019; Shao, Hui, et al. 2018), o motivados por necesidades emocionales del/la emisor/a, como el reconocimiento de estatus o la voluntad de generar atención (Marwick and Lewis 2017). Independientemente del fin buscado, las/os productoras/es de desinformación intencional aplican una mezcla compleja de hechos y diversos tipos de contenidos manipulados (McKay and Tenove 2020). Además de propagar información falsa, ellas/os buscan deslegitimar “instituciones de mayor calidad epistémica” (Krafft y Donovan 2020 en McKay and Tenove 2020,6), como, por ejemplo, al periodismo y a la ciencia.

Misinformation

El concepto *misinformation* comparte con el término *disinformation* el carácter del contenido vinculado, es decir, las informaciones propagadas son falsas. Sin embargo, la *misinformation* difiere en la dimensión de la intencionalidad del agente emisor, caracterizándose por ser un “intercambio inadvertido en línea de información falsa” (Bakir and McStay 2018, 6). La inducción involuntaria al error es un rasgo consensual en la mayoría de los trabajos sobre *misinformation* (ej. Rossini et al. 2019; Guess y Lyons 2020; Guo et al.). Una potencial forma de identificarla es observar si “las creencias de los individuos sobre cuestiones fácticas no están respaldadas por pruebas claras y opiniones de expertos” (Li 2020; Nyhan 2010, 305; Valenzuela et al. 2019). Por último, la *misinformation* puede expandirse durante la evolución de un evento o vía la actualización de información, aunque sin el ánimo de engañar (Guo et al. 2020).

3 En esta revisión se usará los términos en inglés a fin de diferenciar su significado, una vez que tanto *misinformation* como *disinformation* se traducen como “desinformación” en el español.

Malinformación (o mal-information)

La malinformación comparte con el concepto de *disinformation* la dimensión del acto intencional de engañar o manipular. Por otro lado, en contraposición con los términos *misinformation* y *disinformation*, la *mal-information* se caracteriza por su contenido verídico usado para causar daño (Funke and Flamini 2020; Wardle and Derakhshan 2017). Un ejemplo es la divulgación o facilitación de información genuina (privada o reveladora) con el objetivo de perjudicar a una persona, a un grupo, o a una institución. (Humprecht et al. 2020). Esta práctica es también conocida como *doxing* (Hansen y Lim 2018).

La posverdad

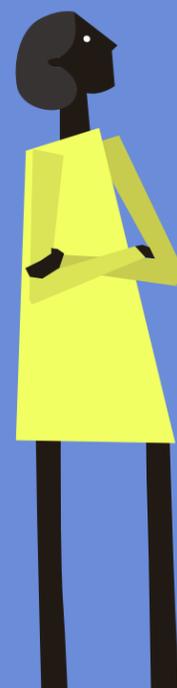
El uso de los términos *disinformation*, *misinformation* y *malinformation* han resultado en una discusión sobre la complejidad y los alcances del problema de la desinformación en un mundo súper conectado. En este contexto, emerge el debate sobre la era de la posverdad, considerada la “palabra del año” en 2016 por el *Oxford English Dictionary*. Este hito intentó destacar “el rol menos influyente de la verdad objetiva en la formación de las opiniones públicas que la creencia política o la emoción” (Shin et al. 2018, 2). La posverdad debe ser entendida en términos de tendencias políticas que crean una epistemología alternativa en la que no se aceptarían los estándares usuales de evidencia, y en cambio, en la que otras realidades se vuelven plausibles (Cook, Lewandowsky, and Ecker 2017). En este sentido, en el proceso comunicacional el enfoque ya no estaría en el contenido del mensaje o en el/la agente emisor/a, sino en la percepción de los receptores de la información respecto a su verosimilitud.

La posverdad supone la preeminencia de la efectividad de un discurso político por sobre su veracidad (Chambers 2020). Este concepto está íntimamente relacionado a la “anarquía epistémica”, generada por la confluencia e importancia creciente en la sociedad de diferentes prácticas para desinformar (Dawson and Innes 2019). La anarquía epistémica da pie a un escenario en que las/os individuos se sumergen en un estado de duda profunda y radical sobre en qué creer (Ibid.). Cuando la posverdad predomina, aunque solo lo haga “entre una minoría significativa del público”, puede terminar influenciando fuertemente los debates sobre políticas públicas, así como el comportamiento del/la votante (McDermott 2019).

En síntesis, los “estudios de la posverdad” causada por la proliferación de la contaminación informativa, enfatizan crecientemente la reducción de la confianza en la ciencia y el aumento de la polarización política. La posverdad es para algunas/os investigadores/as un fenómeno con clara demarcación temporal (por ej., a partir del 2016 con la elección de Donald Trump en EEUU y con el escándalo asociado al plebiscito del Brexit en Reino Unido) que implicaría suponer que existió, en algún momento, una era de la verdad, la cual aparentemente disfrutamos en cierta oportunidad (Corner 2017). Para otras/os, la posverdad constituye la consolidación de un “mercado basado en emociones” donde se sustituyen los hechos por los sentimientos que estos despiertan (Ha, Andreu Perez, and Ray 2019, 4). Dichos sentimientos son claves para lograr manipular el comportamiento de las personas. No existe, no obstante, un consenso respecto a si efectivamente se vive, como civilización humana, la “era de la posverdad”. Tampoco resulta claro que los fenómenos de *disinformation*, *misinformation* y *malinformation* sean causa o consecuencia de la emergencia de la posverdad.

La oferta:
la producción industrial de desinformación
y el ecosistema mediático

4



4

La oferta: la producción industrial de desinformación y el ecosistema mediático

La mayoría de los trabajos analizados utiliza un enfoque tecnológico para explicar la producción industrial y la expansión rápida de las noticias falsas y otras formas de desinformación. Los avances de las tecnologías de la información, culminando en el uso extensivo de las plataformas digitales, transformaron profundamente el ecosistema mediático. Aruguete et al. (2019a) apuntan hacia la necesidad de hacer nuevos planteamientos a los estudios de la comunicación, de forma que se concentren más en el/la consumidor/a de los mensajes. A menudo se ha atribuido la decisión informativa a la línea editorial de un medio, o a otras variables como las apreciaciones profesionales, las preferencias de sus dueñas/os, la experiencia editorial y las demandas de las/os anunciantes (Aruguete et al 2019, 3). En cambio, en las redes sociales las/os usuarias/os han definido progresivamente qué es de interés periodístico y qué resulta poco atractivo (Ibid.).

Entre los principales cambios que explican los incentivos económicos para la producción masiva de contaminación informativa, podemos destacar: a) la ausencia de *gatekeepers*; b) la construcción de un “ecosistema plano”, donde las fuentes de información con diferentes niveles de calidad ocupan el mismo espacio; c) la dificultad de identificación de recursos relevantes clave (Vraga 2019, 317); d) la reducción de los costos de entrada y salida del mercado; y e) el bajo costo de producción y distribución en comparación con el periodismo profesional (Karpf 2020; Munger 2020; Nyhan 2020). Sumado a estos factores, Nyhan indica el aumento de la demanda por información falsa, la cual, según su hipótesis, estaría vinculada al aumento de la polarización política. Sin embargo, a diferencia del relativo consenso existente en la literatura sobre los incentivos económicos que permitieron la expansión industrial de la desinformación desde el punto de vista de la oferta, al observar el fenómeno de la demanda se encuentra una mayor variedad de discusiones teóricas y hallazgos empíricos.

Las redes sociales y la contaminación informativa

En los estudios analizados se reconoce que el uso de las redes sociales está asociado a la mayor participación política, sea informando a las/os ciudadanas/os o funcionando como un foro informal de discusiones políticas (Rossini et al. 2020). Por ejemplo, Tucker et al. (2017) apuntan a tres maneras en que el uso de las redes sociales puede fortalecer a la democracia: a) dando voz a aquellas/os “cuyos puntos de vista normalmente están excluidos de las discusiones políticas en los principales medios de comunicación” (Tucker et al. 2017, 47); b) ayudando a resolver los problemas de acción colectiva; y c) otorgando nuevos medios para exigir la rendición de cuentas a los gobiernos, además de presionar por una mayor inclusión política. Por otro lado, los mismos autores destacan que las redes sociales también han mostrado un ambiente propicio para el intercambio de noticias falsas (Rossini et al. 2020); la formación de cámaras de eco y burbujas informativas (Bakir and McStay 2018); la propagación de discurso de odio (Siegel 2020), y el desarrollo de campañas de manipulación altamente coordinadas (Bradshaw and Howard 2018). El carácter ambivalente de las plataformas de diferentes redes sociales es visible. Estas han amplificado mensajes extremistas⁴, incluyendo a personas anti-

4 Entre los grupos que se benefician de las redes para propagar un discurso extremista, Marwick y Lewis (2017) destacan el Alt-right: término acuñado por Richard Spencer en 2008 a fin de clasificar individuos de derecha cuyos puntos de vista políticos se encontraban en desacuerdo con el establishment conservador. El neologismo abrió las

sistema desde un punto de vista de la democracia liberal. Entre los grupos marginados que han ganado voz, están actores democráticos bajo regímenes antidemocráticos y las/os actores antisistema en los países democráticos. También se incluyen a grupos favorables al régimen, como, por ejemplo, voces antidemocráticas en autocracias (Tucker et al. 2017). Asimismo, la apertura que ofrece el ambiente de las redes sociales puede ser usada para la aplicación de una serie de estrategias de censura en regímenes autocráticos: las fuerzas antisistema y antiliberales dentro de los regímenes democráticos aprendieron y copiaron tanto métodos de actores autoritarios en el mundo *online*, como también de prácticas de difusión y movilización utilizadas en contextos democráticos (Ibid.).

Algunas características inherentes a las redes sociales facilitan la propagación de cualquier tipo de información, sea esta confiable o no. Bennett y Livingston (2020) apuntan a la posibilidad de alcanzar a un inmenso número de personas, cruzando las fronteras de los países. Este rasgo aumenta la dificultad de monitoreo, de forma que los flujos de desinformación y discurso de odio son difíciles de regular a través de normas y leyes tradicionales sobre la libertad de expresión (Ibid. 11). Otros autores, como Allcott y Gentzkow (2017) y Nyhan (2020) destacan la sencillez para monetizar el contenido publicado utilizando las redes sociales⁵, lo que también facilitaría la divulgación de información manipulada. Bakir y McStay (2018) añaden las ventajas financieras que otorga la posibilidad de capitalizar los insumos generados por los algoritmos y motores de búsqueda de las redes sociales y buscadores (2018, 4-5).

Al atractivo económico se suma también la posibilidad de segmentar la acción en medios digitales para alcanzar a grupos homogéneos, bien definidos, y que generan altos niveles de confianza intra-grupo, a los que resulta más fácil activar y movilizar en torno al consumo y difusión de información dudosa. Fournery (2017) argumenta, por ejemplo, que las personas que dan click en sitios de noticias falsas suelen pertenecer a las mismas redes de amistad en Facebook. Guess et al. (2020) confirman que es más probable que las personas consideren como verídica a las noticias que provienen de alguien en quien confían. En dicho sentido, Munger (2020) analiza cómo las redes sociales han alterado la estructura económica de la industria de los medios de comunicación; convirtiéndolos, al mismo tiempo, en plataformas para la distribución de contenido y en “constructores de reputación”, en tanto “las recomendaciones sociales vienen a reemplazar costosas inversiones en periodismo de alta calidad” (Munger 2020, 376). Así, “las redes sociales pueden hacer circular y magnificar rápidamente la información falsa, particularmente cuando las personas limitan su participación en redes a cámaras de eco” (McDermott 2020, 3).

A partir de estos hallazgos, Aruguete et al. (2019) argumentan que escribir para cada “burbuja” es una estrategia editorial óptima para los medios menores y sin una reputación consolidada. Por lo tanto, la creciente formación de burbujas en las redes sociales “abre un mercado hasta hace poco cerrado para fuentes de noticias más radicales” (Aruguete et al. 2019, 12). En síntesis, las redes sociales y los cambios en los patrones de consumo de información

puertas a lo que antes era considerado un discurso supremacista blanco inaceptable en los medios de comunicación tradicionales. A través de las redes sociales, el Alt-right se presentó como una novedad a los millenials.

5 Según Starr (2020), la mayor parte de los ingresos por publicidad online van a empresas que no producen ningún contenido. Por ejemplo, el 2017, Facebook y Google sumaron el 63 por ciento de los ingresos por publicidad digital” (2020, 70).

facilitaron la creación de cámaras de eco en las que las personas filtran las cosas que no les gustan (Lewandowsky et al. 2017). Las redes sociales han sido también caldo de cultivo de prácticas de violencia verbal o simbólica, que aumentan la polarización política entre personas de distintas cámaras de eco (Ibid.).

Otras perspectivas abordan el problema a partir de una óptica alternativa: las redes sociales podrían contribuir a la polarización, pero no son su causa fundamental (Furman and Tunç 2020). Analizando mensajes compartidos en Twitter durante el referéndum constitucional de Turquía, Furman y Tunç argumentan que la polarización y las cámaras de eco no fueron consecuencia de la lógica de las redes sociales per se, sino un reflejo de la sociedad turca. Concluyen que Twitter se alejó de un espacio similar a la esfera pública habermesiana, consolidándose, en contraposición, como un espacio fuertemente pautado por una lógica de homofilia.

La literatura también ha identificado dos características de la estructura de las redes sociales que dificultan la diferenciación entre noticias confiables y de baja calidad, fomentando la contaminación informativa: la “ceguera de fuentes” (McKay and Tenove 2020) y el formato de acceso a las plataformas (Bennett y Livingston, 2020). La “ceguera de fuentes” (o *source blindness*) se refiere a que las fuentes de información tienden a presentar un aspecto similar en las redes sociales. El *source blindness* ocurre cuando las/os usuarias/os “no aplican los atajos interpretativos que, de otro modo, usarían para evaluar la credibilidad de la fuente” (Pearson 2020 en McKay y Tenove 2020). Un componente adicional se refiere a la falta de profundidad de la información que se consume, en tanto, consumimos “fragmentos delgados de información” a través de nuestras pequeñas pantallas de teléfono (Bennett y Livingston 2020, 221).

Así, las redes sociales, la hiperfragmentación de los medios, la polarización partidista y la contaminación informativa afectan la construcción de liderazgos políticos en el mundo contemporáneo. Eso, porque al introducir más “ruido” en el mercado de información, las/os ciudadanas/os no saben qué realmente está ocurriendo, lo que facilita la construcción de “frames” por parte de figuras políticas que pujan por el liderazgo (Baum and Potter 2019).

En cualquier caso, los hallazgos que asocian las redes sociales a la contaminación informativa son diversos y a veces contradictorios. Por ejemplo, analizando las elecciones estadounidenses del 2016, Fourny et al. (2017) muestran que la mayoría de las visitas a sitios de noticias falsas ocurrió a partir de plataformas de redes sociales. En contraste, para las elecciones chilenas del 2017, Halpern et al. (2019) registraron un efecto negativo entre la frecuencia de uso de redes sociales y la credibilidad atribuida a las noticias falsas. Una posible explicación, sugieren los autores, sería que usuarias/os conectados más tiempo en redes sociales podrían desarrollar un “sentido de consciencia” sobre la calidad de la información recibida, y, por ende, estar menos expuestos a la desinformación. En un estudio comparado, Humprecht et al. (2020) concluyen que el populismo y el mayor uso de redes sociales resultaron ser significativos para explicar la presencia de altos niveles de desinformación.

Algunos trabajos se enfocan en la interacción entre las redes sociales y las características que diferencian a las/os usuarias/os de una u otra red. Nelson y Taneja (2018)⁶ aclaran que, mientras que la audiencia en general de los sitios de noticias reales es la mayoría de las/os usuarias/os en internet, las/os usuarias/os de redes sociales son una subsección de alto consumo de medios. Estos se caracterizan por tener mucho tiempo disponible, y por ser vulnerables a múltiples ofrecimientos de contenido. Esto significa que las personas que consumen noticias falsas, son visitantes más desleales, pero con más tiempo para gastar navegando en internet.

Valenzuela et al. (2019) desarrollan otro mecanismo que explica la asociación entre el uso de redes sociales para consumo de noticias y la propagación de malinformación. Según estos autores, participar en política, o interesarse por ella, no hace que las personas sean más propensas a estar desinformadas, sino que las hace más propensas a compartir malinformación. Observando el caso de Chile, los investigadores sugieren que usar Twitter o Facebook para informarse puede motivar las personas a volverse más involucradas en política, lo que a su vez aumenta la proliferación de contenidos en general, lo que incluye contenido desinformativo. En este sentido, Van Bavel y Pereira (2018), defienden que “el aumento del partidismo, el comportamiento de las élites políticas y el aumento de las redes sociales ayudan a explicar el reciente aumento de las noticias falsas” (2018, 214), una vez que los “motivos tribales” y las estructuras cognitivas que tenemos, existen hace milenios.

Esta última serie de trabajos sugiere la necesidad de observar en mayor detalle las particularidades de distintas redes sociales, su perfil de usuarias/os, y el impacto de ambos en los procesos de contaminación informativa.

Las particularidades de las redes sociales y la contaminación informativa

Las redes sociales presentan una alta velocidad de circulación de la (des)información como un rasgo transversal (Bakir y McStay 2018). Asimismo, en estos espacios digitales se observa un intercambio de noticias que puede terminar siendo disfuncional para la democracia, cuando, por ejemplo, las/os propias/os usuarias/os resultan ser las/os responsables de la diseminación de desinformación en sus propias redes (Chadwick, Vaccari y O'Loughlin, 2018 en Rossini et al 2020). No obstante, la literatura asocia algunas particularidades de las diferentes redes sociales, a hallazgos empíricos específicos sobre la circulación de información falsa o dudosa y sus implicancias específicas respecto al comportamiento social y político de los individuos. La *Tabla 1* presenta una comparación entre las distintas plataformas y los hallazgos empíricos asociados en la literatura reseñada.

6. Los hallazgos se refieren a EE. UU.

TABLA 1
CARACTERÍSTICAS PARTICULARES DE WHATSAPP, FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE Y TWITTER

RED SOCIAL	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGO
WHATSAPP	Alto alcance de los mensajes a través de la interconexión estructural entre grupos (Bastos dos Santos et al. 2019).	En 1/5 de los 48 países analizados por Bradshaw y Howard (2018) (la mayoría en el Sur Global) se registró evidencia de campañas de desinformación operando por aplicaciones de chat (ej. WhatsApp, WeChat, Telegram).
	No necesita que la/el usuaria/o sea alfabetizada/o (Farooq 2018).	Una imagen desinformativa tiende a ser compartida en intervalos cortos de tiempo en WhatsApp y frecuentemente, es compartida antes en esta plataforma social que en la web (Resende et al. 2019). En el caso analizado (Brasil/2018) los autores identificaron una red de usuarias/os que conecta a diferentes grupos, enviándoles información política simultáneamente.
	La imágenes son el medio más popular de compartir información (Resende et al. 2019).	
	La misma información puede llegar a una persona de manera reiterada a través de diferentes personas (Farooq 2018).	
	A diferencia de Twitter y Facebook, no selecciona el contenido en base a la sensibilidad de la/el usuaria/o, y no posee la opción de reportar información falsa/ofensiva (Farooq 2018)	
Su flujo de información es “opaco al escrutinio público” (Bastos dos Santos et al. 2019, 315). La criptografía impide detectar la fuente que originó el contenido.		
Visibilidad y tamaño de grupos limitados (Bastos dos Santos et al. 2019). Descentralización de la comunicación (Bastos dos Santos et al. 2019).		

RED SOCIAL	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGO
	Comunicación más íntima (Rossini et al. 2020). Su uso ha crecido con el acceso de más personas al internet, normalmente a través de smartphones (Bastos dos Santos et al. 2019). Por ejemplo, Agarwal 2017 en Farooq (2018) muestra que muchas/os ciudadanas/os Indios accedieron al internet por primera vez a través de un celular.	En Brasil (2019) las correcciones sociales ocurrieron más en WhatsApp que en Facebook (Rossini et al. 2020). El WhatsApp es la aplicación más descargada en India (Singh 2017 en Farooq 2018).
INSTAGRAM	Red social basada en compartir información en formato de imágenes y videos (Seltzer et al. 2017).	Las imágenes engañosas sobre el virus Zika presentaron una mayor probabilidad de recibir likes que las imágenes completas y provenientes de fuentes confiables (Seltzer et al. 2017).
FACEBOOK	Red social “ideológicamente segregada” (Allcott and Gentzkow 2017). En Facebook hubo una potencialización de la carga emocional en el discurso <i>online</i> . Las <i>fake news</i> afectan el comportamiento de la/el usuaria/o a través del contagio emocional (Bakir and McStay 2018). Selección del contenido mostrado a la/el usuaria/o a partir de su propia actividad en la plataforma; especialmente desde 2010 mediante el desarrollo e implementación del algoritmo “Edgerank” (Bakir and McStay 2018). <i>Preferential attachment/scale free</i> . Modelo centralizado de comunicación: actores “bien conectados” atraen más conexiones (Bastos dos Santos et al. 2019).	En las elecciones de EE. UU del 2016: - Aproximadamente 8% de las/os votantes (izquierda/derecha) identificaron a Facebook como su principal fuente de noticias (Benkler 2020). - Demócratas y Republicanos poseen 15% más de chances de creer en titulares ideológicamente alineados con sus valores en Facebook (Allcott and Gentzkow 2017). En las elecciones estadounidenses del 2016, Facebook fue la fuente más relevante de visitas a páginas de noticias falsas; superando ampliamente el ingreso directo a la página con el contenido mediante buscadores (Nelson and Taneja 2018).

RED SOCIAL	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGO
	<p>Carácter público (Rossini et al. 2020).</p> <p>Menos resistente que WhatsApp a la desactivación de grupos (Bastos dos Santos et al. 2019).</p> <p>Discusiones <i>give-and-take</i> entre grupos conocidos (Busby 2017).</p>	<p>Ser testigo de una corrección de malinformación está positivamente asociado a compartir información dudosa (Bastos dos Santos et al. 2019).</p>
YOUTUBE	<p>Recomienda contenidos similares a lo que la/el usuaria/o consume (Donzelli et al. 2018).</p>	<p>En un análisis del caso italiano (datos recolectados entre 2007-17), se encontró que videos antivacuna fueron más vistos, compartidos y obtuvieron más <i>likes</i> que los videos pro vacuna o neutrales (Donzelli et al. 2018).</p> <p>Los videos anti vacuna presentaron valores más altos de centralidad y cercanía. Lo que se sugiere es que asistir a un video anti vacuna lleva a la/el usuaria/o a otros videos anti vacuna (Song and Gruzd 2017).</p>
TWITTER	<p>Selecciona contenido en base a la sensibilidad de la/el usuaria/o (Farooq 2018).</p> <p>Inmediatez (Busby 2017).</p> <p>Estructura basada en intercambio de fuentes de medios entre las/os usuarias/os.</p> <p>Las redes difusoras de desinformación en Twitter poseen núcleos que inicialmente crecen hasta que se vuelven estables en tamaño y membresía. Hay un aumento de la densidad (vínculos entre sus miembros).</p> <p>Las cuentas automatizadas se localizan en el núcleo, donde también se observan cuentas hiperpartidistas de humanos (Shao et al. 2018).</p>	<p>En las elecciones de EE.UU el 2016, en el núcleo de las redes en Twitter se compartió un mayor número de noticias falsas.</p> <p>En un análisis de tuits en inglés, Vosoughi et al. (2018) encontró que las fake news tienen 70% más de probabilidad de ser retuiteadas que las noticias verdaderas, y esto ocurre gracias a la acción humana y no a la de los bots.</p> <p>Las personas difusoras de noticias falsas poseen menos seguidoras/es, siguen a menos personas, fueron menos activos y verificados, y normalmente ingresaron recientemente a Twitter (Vosoughi, Roy, and Aral 2018).</p>

RED SOCIAL	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGO
	<p>La manera más eficiente de reducir la cantidad de vínculos desinformativos es desconectar a las/os usuarias/os que más retuitean, y no a aquellas/os que son más retuiteadas (Shao et al. 2018).</p>	

7

Caída en la difusión de noticias falsas

Algunas investigaciones han coincidido al detectar una caída en la difusión de las noticias falsas en Facebook a partir del 2016 (ej. Alcott et al. 2019; Nyhan 2020). Por ejemplo, Alcott et al. (2019) muestran que la interacción de las/os usuarias/os con las noticias falsas aumentó constantemente en Facebook y en Twitter entre 2015 y 2016. Se observó entonces, una reducción de la magnitud relativa de interacciones en Facebook, mientras que siguieron ascendiendo en Twitter. Los autores proponen una posible explicación para la caída en la difusión de noticias falsas en Facebook: los cambios en la política de uso y algoritmos implementados por la plataforma después de las elecciones presidenciales de EE.UU el 2016 (Ibid, 4). Sin embargo, también destacan que no poseen evidencias suficientes para dilucidar entre esa u otras causas potencialmente asociadas al fenómeno.

Nyhan (2020) destaca los efectos positivos de la aplicación de advertencias de “noticia falsa” en Facebook. Guess et al. (2018) estiman que en Estados Unidos, las visitas a páginas web no confiables pasaron de 27% en el otoño de 2016 al 7% por ciento en el otoño del 2018. Alcott, Gentzkow y Yu (2019) encontraron la misma tendencia en Twitter. Asimismo, se registra una tendencia creciente a informarse a través de plataformas sociales de chat, como Whatsapp (dos Santos et al. 2019). En este sentido, la circulación de información falsa podría haberse desplazado a plataformas que inhiben su detección y neutralización.

El contenido de las noticias falsas

La medicina y la política son dos áreas particularmente atractivas “para quienes buscan la validación de sus creencias” (Shelby y Ernst, 2013; Thorson, 2016 en Ha et al. 2019). Por ende, ambas son vulnerables a la práctica de la desinformación. Pasando de un argumento cognitivo a uno estructural, podemos afirmar que la crisis de las instituciones democráticas (en particular de los partidos políticos) es también una crisis epistemológica (Benner y Livingston 2019, xix). En este contexto, las instituciones democráticas liberales “producen información anclada en procesos normativos para introducir hechos en el discurso público” (2019, xvii). Cuando

7 El criterio que los autores usaron para seleccionar las noticias reales fue su popularidad e impacto. El problema es que eso permite algunas inconsistencias, como el hecho de que Fox News, un medio que repetidamente amplificó noticias falsas en 2016, fuese seleccionado como fuente de “noticias reales”.

su legitimidad es cuestionada, luego, su discurso también lo es. Independientemente del enfoque, sin embargo, diferentes tipos de información falsa registran impactos y mecánicas de consolidación divergentes en los análisis disponibles.

En el trabajo de Vosoughi, Roy y Aral (2018)⁸ las noticias falsas viajaron “más lejos, más rápido, más profundo y más ampliamente que la verdad en todas las categorías de información” (Vosoughi, Roy, and Aral 2018, 1). No obstante, estos efectos fueron más fuertes para las *fake news* políticas en comparación con las noticias falsas sobre terrorismo, desastres naturales, ciencia, leyendas urbanas, o información financiera. En concordancia con este hallazgo, Li (2020) también muestra que en EE.UU la malinformación política se volvió más difícil de corregir que informaciones dudosas asociadas a temas científicos o al área de la salud.

A pesar de estos hallazgos, cabe señalar que existe evidencia mixta sobre la capacidad efectiva de actualizar creencias después de recibir una corrección.

Las/os usuarias/os de las redes que poseen una fuerte identidad partidaria tienden a evaluar la nueva información con respecto a sus puntos de vista pre existentes (Berinsky 2015, 245). Por esta razón, Berinsky explica que personas de distintos colores políticos pueden sufrir diferentes efectos al tener contacto con determinado rumor. Además, eso explicaría por qué los rumores políticos serían tan “poderosos”, ya que las/os partidarias/os están dispuestos a creer en informaciones dudosas sobre figuras y medidas políticas del partido opositor al suyo.

Así como las noticias políticas, las categorías de contenido como la salud y la medicina son muy susceptibles a la desinformación, y se asocian también a la generación de ambientes de fuerte incertidumbre entre las/os usuarias/os, y especialmente entre quienes no poseen conocimientos técnicos suficientes para invalidar la desinformación (Ha et al. 2019). Una diferencia clave entre la desinformación política y de salud es que, mientras las segundas responden en general a procesos de malinformación, las primeras se asocian más frecuentemente a fenómenos de propaganda (Benkler et al 2018, 38)⁹.

Existe una serie de estudios enfocados en comprender las dinámicas de la contaminación informativa en el área de la salud, especialmente cuando miramos el fenómeno de la *vaccine hesitancy*¹⁰. Analizando empíricamente el caso italiano, Donzelli et al. (2018) muestran que los videos antivacuna fueron más vistos, más compartidos y obtuvieron más *likes* en Youtube que videos positivos o neutrales. Esto, según los autores, se relaciona con mecanismos de sesgo de confirmación y de cámaras de eco. Asimismo, explican que al ver un video en YouTube, esta plataforma recomendará videos de contenido similar a la/el usuaria/o, lo que aumentará las chances de que personas que están en duda sobre las vacunas tengan contacto con un video antivacuna (Song y Gruzd 2017, Donzelli et al. 2018).

8 Los autores analizan tuítes en lengua inglesa entre 2006 - 2017.

9 Es interesante resaltar, no obstante, que temas originalmente atribuidos al área de la medicina pueden ser politizados.

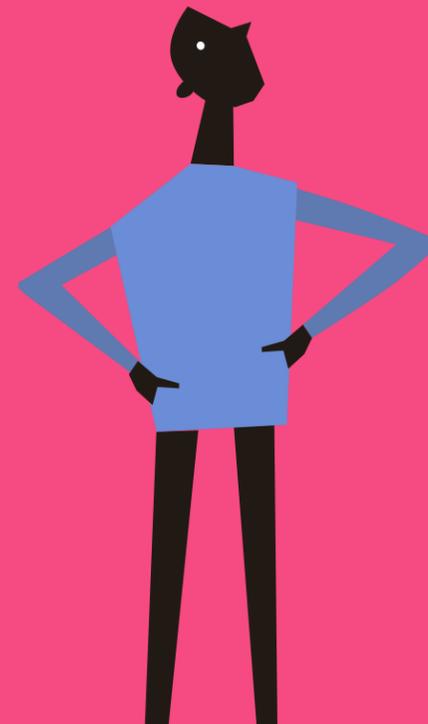
10 Retraso en la aceptación/rechazo de las vacunas a pesar de la disponibilidad de servicios de vacunación y la presencia de reglas de vacunación (Donzelli 2018).

Una explicación dada a la predominancia del sentimiento anti-vacuna es la naturaleza democrática de las redes sociales (Song y Gruzd 2017). Citando la investigación de Venkatraman et al. (2015), Song y Gruzd afirman que estos autores concluyeron que la libertad de expresión está positivamente relacionada con la circulación de información que sugiere la presencia de una correlación entre la vacunación y el autismo. En su propia investigación, Song y Gruzd muestran que los videos anti vacuna en YouTube se insertaron en su mayoría bajo las categorías, “Noticias y política” y “Personas y blogs”. Por otro lado, los videos pro-vacuna fueron más frecuentes en las categorías “Educación” y “Ciencia y Tecnología”. Los autores argumentan que la búsqueda *online* de información sobre vacunas “solidifica el sentimiento de una persona hacia las vacunas dependiendo de la primera palabra clave que se coloca en el buscador, lo que termina reforzando las opiniones preconcebidas (...)” (2017, 5).

Sobre la altamente diseminada información falsa de que las vacunas causan autismo, Dixon et al. (2015) en Southwell (2015) plantean que las/os periodistas deben abstenerse de entregar una cobertura balanceada de varios puntos de vista cuando uno de esos puntos es abiertamente falso. En este sentido, el periodismo, al dar cabida a voces partidarias de información falsa, especialmente en el contexto de debates de alto perfil, y que resultan atractivos para el público, contribuirían a validar socialmente información falsa. Estos investigadores proponen en su lugar proporcionar información contextual, usar ayudas gráficas y establecer con claridad el consenso científico existente en torno a temas en que circula información falsa.

La demanda:
el consumo de noticias falsas
en el ambiente online

5



5

La demanda: el consumo de noticias falsas en el ambiente online

¿Quiénes consumen más noticias falsas? ¿Qué variables explican la demanda por informaciones de carácter dudoso? En la literatura analizada, se encuentran dos grandes enfoques que buscan discutir estas preguntas: el enfoque cognitivo versus el enfoque estructural. De acuerdo con el primero, es esencial mirar hacia las características sociodemográficas, la ideología política, el funcionamiento del cerebro y factores comportamentales (ej. tiempo de uso de redes sociales, interés por la política) para explicar el consumo y la difusión de información dudosa. Mientras tanto, quienes hacen foco en explicaciones estructurales, afirman que la crisis de las instituciones y su legitimidad (por ej. la prensa tradicional, la ciencia y los partidos políticos) es la causa (en lugar de ser la consecuencia) fundamental tras la irrupción de la “era de la desinformación”. Además de estos dos grandes enfoques, existen tres grupos de estudios que enfatizan otros componentes “mezzo”: el rol de la tecnología, el rol de la infraestructura institucional que regula los procesos de producción y difusión de información en la sociedad, y el peso de factores geopolíticos. *La Tabla 2* presenta una síntesis general de cada enfoque y sus principales hallazgos empíricos. Si bien la distinción entre estos enfoques es analíticamente útil, cabe consignar que la gran mayoría de los estudios utilizan más de un enfoque para intentar comprender los fenómenos derivados de la desinformación. A continuación se analizan en mayor detalle las dos corrientes centrales en la literatura (enfoques cognitivos y estructurales).

TABLA 2.
SÍNTESIS DE HALLAZGOS DE LOS ESTUDIOS SOBRE LA DESINFORMACIÓN

ENFOQUE	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGOS PRINCIPALES
I. COGNITIVO (Ej. Van Bavel and Pereira 2018; Cook, Lewandowsky, and Ecker 2017; McDermott 2019 ¹² ; Pennycook and Rand 2019; Aruguete, Calvo, and Ventura 2019).	<p>Foco en los efectos de la exposición a informaciones falsas y su interacción con las percepciones, emociones y el comportamiento humano.</p> <p>Centralidad de variables explicativas de corte sociodemográfico y de identidad política para explicar el consumo y difusión de las noticias falsas.</p>	<p>Las emociones son un factor clave en la toma de decisiones, y las noticias falsas apelarían a un discurso emocional. Las personas tienden a favorecer la información que refuerza sus creencias preexistentes, y a rechazar lo que las contradice.</p> <p>La identidad política afecta la probabilidad de consumir y compartir noticias falsas; es decir, el partidismo puede sesgar el procesamiento de la información en el cerebro. La mayoría de los estudios indicó que las/os partidarias/os de ideologías de derecha, en distintos países, serían más vulnerables a la desinformación. Un mecanismo apuntado es la cosmovisión de la derecha populista, basada en la lógica conspirativa.</p> <p>La corrección de una información falsa no necesariamente ayuda a recordar los detalles originales de un fenómeno, tampoco cambia las preferencias de voto, y son más eficientes cuando son planteadas por personas del mismo grupo al que pertenecen quienes propagaron los rumores. La repetición de premisas falsas, especialmente entre personas que rechazan las posiciones alternativas a esas premisas permiten que la desinformación perdure.</p>
II. ESTRUCTURAL (Ej. Benkler 2020; Bennett and Livingston 2020; Humprecht, Esser, and Van Aelst 2020; McDermott 2019).	<p>Se concentra en la crisis institucional y epistémica de la democracia liberal en la actualidad.</p> <p>La producción industrial, la amplificación y el consumo de noticias falsas son vistos como</p>	<p>La pérdida de legitimidad de los partidos políticos, de los medios tradicionales de comunicación y de la ciencia son factores clave para comprender la “era de la desinformación” o “la era de la posverdad”.</p>

ENFOQUE	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGOS PRINCIPALES
	<p>consecuencia, y no como causa de la crisis de las instituciones democráticas.</p> <p>Suelen ser escépticos en relación a las soluciones cognitivas propuestas para combatir las noticias falsas (ej. educación digital, fact checking, etc.).</p>	<p>En este contexto, la expansión del acceso al internet, así como el mayor uso de las redes sociales amplificaron la voz de subculturas extremistas, alimentaron la formación de “cámaras de eco” e impulsaron a las/os ciudadanas/os a buscar apoyo emocional en informaciones dudosas (ya que ellos dejaron de confiar en las instituciones clave de la democracia).</p> <p>No existen diferencias psicológicas en la receptividad de mensajes falsos por partidarias/os de derecha o de izquierda. Lo que explicaría que la derecha sea más susceptible a la desinformación es la configuración del ecosistema mediático.</p>
<p>III. TECNOLÓGICO (Ej. Aruguete, Calvo, and Ventura 2019b; Dawson and Innes 2019; Guo et al. 2020; Johnson 2020).</p>	<p>Las explicaciones se dividen en dos subgrupos:</p> <p>El primero, se enfoca en cómo los cambios en la tecnología digital afectaron al ecosistema mediático, facilitando la difusión de las noticias falsas.</p> <p>El segundo está formado por el análisis más específico del uso de herramientas tecnológicas, y se encuentra especialmente vinculado al avance de la inteligencia artificial para desinformar.</p> <p>Se enfocan en el lado de la oferta de las noticias falsas, y algunos poseen un lenguaje muy técnico. Existen muchos estudios sobre el uso de los bots como herramienta de interferencia en elecciones de otros países.</p>	<p>El desarrollo y expansión de las tecnologías digitales cambió completamente las dinámicas del ecosistema de medios de comunicación, haciéndolo más plano y propenso a la propagación de la desinformación.</p> <p>Los medios tradicionales de comunicación pasaron a tener una relación bottom-up con las/os usuarias/os, ya que dejaron de ser gatekeepers de la información que circula. Estos factores hicieron que los medios tradicionales pasaran a buscar estrategias editoriales óptimas para atraer más lectoría. Finalmente, los costos de producción, entrada y salida de este mercado se volvieron progresivamente más bajos.</p> <p>Los estudios pertenecientes al segundo grupo normalmente proponen el uso de tecnologías</p>

ENFOQUE	CARACTERÍSTICAS	HALLAZGOS PRINCIPALES
		<p>y técnicas avanzadas de programación para combatir a la propagación de noticias falsas.</p>
<p>IV. INSTITUCIONALISTA (Ej. Calvert and Vining 2018).</p>	<p>Foco en el análisis de la legalidad de la regulación de los medios de comunicación como solución para frenar la proliferación de noticias falsas.</p>	<p>En general se critica fuertemente la regulación de los medios, ya que sería una amenaza a la libertad de discurso.</p>
<p>V. GEOPOLÍTICO (Ej. Dawson and Innes 2019; Golovchenko et al. 2020; Johnson 2020; Khaldarova and Pantti 2016; Linvill and Warren 2020).</p>	<p>Los estudios geopolíticos casi en su totalidad analizan a Rusia como emisor de noticias falsas hacia Ucrania o EE. UU. La mayoría circula entre la política externa, relaciones entre estados, e interferencia en procesos electorales de otros países.</p> <p>Existen también en este conjunto, investigaciones enfocadas en estudios estratégico-militares. Normalmente, estos trabajos discuten la posibilidad de utilizar herramientas de desinformación como arma de guerra.</p>	<p>Los esfuerzos de la Agencia rusa de Investigación de Internet (IRA) apoyaron la elección de Donald Trump en EE. UU. IRA también propagó información falsa de forma “industrial” en la web, y se enfocó en una agenda divergente en sus campañas de desinformación, comprometiéndose con redes ideológicamente opuestas, en lo que pareciera ser un esfuerzo para dividir a EE.UU en distintas líneas partidistas. Asimismo, la IRA compartió enlaces a diversos tipos de medios, no sólo de fake noticias falsas, en un intento de amplificar discursos divergentes y contrapuestos.</p> <p>Las fake news, deepfakes, bots, etc. fueron mejoradas por el avance de la inteligencia artificial y pueden aumentar la inestabilidad en la relación entre países. Los estados tienen cada vez más posibilidad de utilizar información ambigua o manipulada con el propósito de amenazar a ciudadanas/os y gobiernos de otros países. Las deepfakes serían un grave problema de seguridad militar en el futuro. Las campañas de desinformación en las redes sociales podrían afectar las interacciones entre países nucleares, y entre estados nucleares y no nucleares.</p>

Los enfoques cognitivos

Los enfoques cognitivos han otorgado a las variables sociodemográficas, normalmente usadas como controles, un lugar protagónico en los estudios sobre la desinformación. Es difícil agrupar los hallazgos de estos estudios, ya que son muy puntuales y se contradicen. Sin embargo, se observan algunos puntos de encuentro. En síntesis, a partir de los estudios de la cognición humana podemos afirmar que las personas suelen dar más peso a las emociones que a los hechos abstractos en su proceso de toma de decisión, especialmente con relación a temáticas que les preocupan (ej.: la fe religiosa, la familia, etc.) (McDermott 2020). En esta línea, las noticias falsas recurrirían a la carga afectiva de el/la receptor/a del mensaje, en un proceso de “contagio emocional” (Bakir y McStay 2018). Además, el cerebro humano gastaría un alto nivel de energía en dilucidar la veracidad de una información, una vez que trataría como verdadera a la información recibida, para luego compararla con otros conocimientos y sentimientos disponibles, a fin de verificar si la información inicialmente recibida es o no falsa (Gilbert 1991 en McDermott 2020, 3).

La identificación partidaria aparece repetidamente en diversos artículos analizados, tal vez porque la mayoría se enfoca en las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016. Entre algunos resultados, podemos destacar que el color político afecta la probabilidad de creer en informaciones dudosas (Allcott y Gentzkow 2017; Aruguete, Calvo, y Ventura 2019; Flynn et al. 2017; Van Bavel y Pereira 2018; Guess, Nagler, y Tucker 2019; van Kessel, Sajuria, y Van Hauwaert 2020). Por ejemplo, Shin et al. (2017) no encontraron ninguna comunidad online partisana que se compusiera de integrantes que rechazan rumores.

En este contexto, las/os simpatizantes de partidos populistas de derecha en países europeos (van Kessel et al 2020), las/os republicanas/os en EE. UU (Nyhan 2010, Guess et al. 2019, Allcott y Gentzkow 2017), y las/os bolsonaristas en Brasil (Aruguete et al.) se mostraron más propensas/os a consumir y compartir información de páginas web de noticias falsas. Esto resulta consistente con una mayor prevalencia de contaminación informativa movilizándolo subculturas específicas (por ej., el alt-right, teóricas/os de la conspiración, tecno-libertarias/os, nacionalistas blancas/os, defensoras/es de los derechos de los hombres –*manosphere*, *paleomasculinistas*–, incels, trolls, anti-feministas, activistas contra la inmigración, etc.), las que utilizan el ecosistema de medios online con el objetivo de manipular noticias, difundir agendas y divulgar ideas puntuales. Normalmente estas subculturas se autodefinen como antisistema, reaccionando contra el “multiculturalismo y el globalismo, al tiempo que promueven ideologías racistas, antifeministas y antisemitas” (Marwick and Lewis 2017, 3). Estos grupos explotan los sentimientos radicales, en particular de hombres jóvenes, manipulando su aversión a lo “políticamente correcto” con el objetivo de propagar la islamofobia, la misoginia y la supremacía blanca. A pesar de la diferencia en sus agendas, estas subculturas comparten tácticas similares. Las redes sociales también les ha permitido difundir sus posturas y lograr más visibilidad y presencia a nivel del debate público.

En el caso de los partidos populistas de derecha, van Kessel et al. especulan sobre un potencial mecanismo causal: este grupo sería propenso a mostrar niveles más altos de desinformación política, a pesar de creer que está bien informado políticamente, debido a “la cosmovisión específica de los partidos populistas de derecha radical y sus partidarias/os” (van Kessel et al 2020, 3). También en este sentido, y en base a un análisis de regresión multigrupo, Schulz,

Wirth y Müller (2020) encuentran que las percepciones de que los medios son hostiles están vinculadas a las actitudes populistas en algunos países europeos.

No obstante, Mena (2020) concluye, luego de haber implementando un experimento, que demócratas e independientes en EEUU compartieron más noticias falsas. El hallazgo resiste incluso la visualización de una advertencia respecto a la falsedad de la información por parte de una agencia de *fact-checking*. Respecto a esta discusión, el estudio de Halpern et al. (2019) sobre la propagación de desinformación en Chile, arroja luz sobre una potencial explicación para esta variación. Los autores muestran que ser de derecha tiene un efecto positivo en la creencia en noticias falsas en la red social en comparación con las de izquierda. Sin embargo, llaman la atención respecto a que esta configuración puede variar de acuerdo al contenido específico del mensaje considerado en cada estudio, así como del contexto social en que circula¹¹.

En el contexto de los enfoques cognitivos, distintos estudios caracterizan la propensión relativa de distintos grupos sociales a consumir y difundir contaminación informativa. La mayoría de los estudios muestra una asociación positiva entre edad y consumo/difusión/creencia en informaciones de carácter dudoso. Sin embargo, no es un resultado unánime: Halpern (2019), por ejemplo, encuentra la relación inversa para el caso chileno. A diferencia de lo que sucede con la edad, la mayoría de los estudios descarta sesgos significativos de género a este respecto. Los resultados respecto a variables educativas también son disputados.

La edad

Con relación a la edad, los resultados reportados por Benkler (2020) señalan que durante la disputa electoral del 2016 en EE.UU, las noticias falsas online fueron compartidas significativamente por conservadores mayores de 65 años de edad. El autor concluye que las redes sociales y el uso del internet per se no explican la era de la “posverdad”. Las/os republicanas/os tienen un mejor desempeño entre cohortes de personas de mayor edad, las cuales tienden a utilizar menos las redes sociales. El autor concluye así que la polarización registrada en EEUU no estaría impulsada por la tecnología.

Así como Benkler, Guess et al. (2019) muestran que en las elecciones estadounidenses del 2016, aun controlando por educación, afiliación partidaria e ideología, existe un fuerte efecto de la edad variable que determina el hecho de compartir noticias falsas¹². En promedio, las/os usuarias/os mayores de 65 años compartieron casi siete veces más artículos de dominios de noticias falsas que los grupos más jóvenes. Los autores, no obstante, proponen dos explicaciones potenciales (las cuales no testean) para este hallazgo. Las personas mayores tendrían un bajo nivel de alfabetización en medios digitales, por lo que serían más vulnerables a consumir y difundir noticias falsas. Como segunda causa posible, Guess et al. apuntan al efecto general del envejecimiento sobre la memoria, el cual desgasta particularmente la

¹¹ En el caso de Halpern et al. (2019) utilizaron una fake news sobre el gobierno de Michelle Bachelet.

¹² Saliendo de Estados Unidos, Rampersad y Althiyabi (2020) demuestran que la edad está asociada a la mayor aceptación de información dudosa en un contexto completamente distinto: Arabia Saudita (analizan el año 2017).

resistencia a las “ilusiones de la verdad”, además de generar otros efectos “relacionados con la persistencia de creencias y la heurística de disponibilidad” (2019, 5).

Otros autores muestran resultados opuestos (o parcialmente opuestos) a los anteriores. Garrett (2011), analizando la desinformación en EE.UU el 2008, efectivamente encuentra que la edad aumenta la probabilidad de encontrar comportamientos online asociados a la circulación de rumores. Sin embargo, el autor también argumenta que esta variable igualmente influye positivamente en las chances de encontrar refutaciones a dichos rumores. Finalmente, a partir del estudio sobre la creencia de las/os chilenas/os en informaciones falsas en las elecciones del 2017, los resultados de Halpern (2019) indican que las personas mayores tienden a creer menos en las noticias falsas.

El género

Pocos trabajos encuentran una relación significativa entre género y contaminación informativa. El de Halpern et al. (2019) es uno de ellos. Los autores muestran que durante la carrera electoral en Chile el 2017, las mujeres se mostraron más propensas a creer en noticias falsas que los hombres. En contraste, para el caso de Arabia Saudita, Rampersad y Althiyabi (2020) afirman que entre las variables demográficas, la edad y no el género o la educación tiene una mayor influencia en la aceptación de las noticias falsas.

La educación

La educación es otra variable sociodemográfica recurrente en los trabajos analizados, cuyos efectos reportados varían entre estudios. Rampersad y Althiyabi (2020) encuentran que, en la medida que aumenta la educación, se reduce la aceptación de noticias falsas. En la misma línea, para el caso brasileño, los resultados presentados por Rossini (2020) muestran que personas con mayor nivel educativo reportaron una menor probabilidad de compartir noticias falsas por accidente. Ampliando esta idea, a partir de un estudio realizado en Estados Unidos, Kuklinski (2014) llega a la conclusión de que personas poco o mal informadas sobre el estado de bienestar tienden a sobreestimar en gran medida el costo y uso de políticas sociales. En contraste, McDermott (2019) argumenta que la capacidad de separar la verdad de la ficción y corregir la información errónea se relacionan a sesgos psicológicos naturales de procesamiento de la información, los cuales no están necesariamente relacionados con el nivel educativo.

Los enfoques estructurales

Los enfoques estructurales presentan un argumento teórico más unificado que los estudios centrados en aspectos cognitivos. La “era de la desinformación” o “era de la posverdad” (Furman and Tunç 2020) sería la consecuencia del desgaste de las instituciones clave de la democracia liberal (Zimmermann and Kohring 2020): los partidos, la ciencia y los medios de comunicación *mainstream*. Durante décadas, en EE.UU las élites políticas que se alinearon con las élites económicas fueron responsables de la “captura y erosión de las instituciones

de gobierno” (Bennett y Livingston 2020, 8). Estas élites solamente pudieron “vender sus agendas” al público a través del aumento de la desinformación. Para eso, Bennett y Livingston afirman que estos grupos utilizaron instancias como los think tanks, organizaciones políticas partidistas, campañas electorales, etc. Tanto este legado histórico como las redes sociales han comunicado “realidades alternativas” al público, el cual cierra el ciclo de la desinformación difundiendo información dudosa y votando a favor de políticos que contestan al establishment y su sistema de medios. Simultáneamente, las personas dejan de confiar en las instituciones públicas y en funcionarios/os que divulgan información de buena calidad, pero carente de legitimidad social (Ibid.).

Los autores que se enmarcan en este tipo de explicación reconocen que personas de distintas ideologías políticas presentan diferentes probabilidades de compartir información falsa. Sin embargo, la causa de este fenómeno no estaría vinculada a variaciones psicológicas o ideológicas (Benkler 2020). La respuesta, argumenta Benkler, se encuentra en la evolución del ecosistema mediático (en Estados Unidos) a lo largo de su historia. En EE.UU. hubo cambios significativos en la cultura política, lo que generó un mercado para medios que enmarcaban la identidad blanca y cristiana como una identidad política. Además, ocurrieron a partir de la década de 1960, cambios regulatorios y tecnológicos que culminaron con la sustitución de la búsqueda del “espectador mediano”, por un diseño enfocado en contenidos altamente segmentados y personalizados. Este tipo de contenido se asocia a los avances de movimientos que contestan la posición del establishment, como lo hicieron el movimiento por los derechos civiles, el feminismo y la nueva izquierda. ¿Por qué no se generó un discurso unificado enfocado en estos grupos alternativos y se avanzó en la segmentación de públicos? Según Benkler, la alta diversidad social y económica de estos grupos alternativos impulsó la diversificación.

Los medios de comunicación en EE.UU. de centro e izquierda, a pesar de competir por atención a fin de incentivar la indignación partidista usando determinados enfoques y encuadres, estarían limitados porque: a. su audiencia consume un extenso conjunto de medios; b. los medios mainstream profesionales son vigilantes e interesados en apuntar los errores entre sí. Por ende, si un medio desea alimentar su audiencia con noticias a partir del sesgo de confirmación, puede estar expuesto por otros medios a la pérdida de credibilidad. Además, las/os reporteras/os sufren sanciones, como la pérdida de reputación, cuando descubren que publicaron noticias falsas (Benkler 2020).

En contraste, en los medios enfocados en la derecha “(...) no hay tensión entre impulsoras/es comerciales e ideológicos y el compromiso profesional con la veracidad fáctica” (Ibid, 49). Se identifican ciclos de retroalimentación de propaganda, y una ausencia de mecanismos para la corrección de la información dudosa. Los medios de derecha sí se vigilan entre ellos, sin embargo, el criterio no es la verdad de los hechos, si no la “pureza ideológica”. Esta audiencia, por lo tanto, se acostumbró al sesgo de confirmación, abandonando los medios que presentan narrativas que van en contra de sus valores establecidos.

Finalmente, así como van Kessel et al (2020), Humprecht et al. (2020) encuentra que el populismo y el uso de las redes sociales resultaron ser significativos para explicar la presencia de alta desinformación. Sin embargo, Humprecht y sus colegas descartan el mecanismo psicológico sugerido por Kessel et al. Los autores, en cambio, sostienen sus conclusiones a

partir de las características del sistema de medios de comunicación, nivel de uso de las redes sociales, y grado de uso de los medios de comunicación pública¹³.

Los impactos de la contaminación informativa en la democracia

6

¹³ Humprecht et al. dividen en tres clústeres los países analizados: 1. Finlandia, Dinamarca, Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Noruega, Bélgica, Suiza, Suecia, Irlanda y Canadá: en general sus sistemas de medios están muy regulados, son corporativistas-democráticos o tienen un sistema liberal regulado, usan poco redes sociales y exhiben alta fortaleza de medios de comunicación con función pública. 2. Grecia, Italia, Portugal y España: sistemas de medios polarizados y pluralistas. Son países de democratización tardía con baja confianza en los medios y mayor uso de redes sociales. 3. EE. UU.: baja confianza en la prensa, politizado, altamente fragmentado y con un mercado de publicidad inmenso.



6

Los impactos de la contaminación informativa en la democracia

La interdisciplina y pluralidad de enfoques caracterizan las investigaciones recientes sobre la contaminación informativa. A pesar de eso, existe un rasgo común a casi la totalidad de los trabajos: el supuesto de que la desinformación, especialmente en su forma digital (Bradshaw and Howard 2018; Garrett 2011; Shao, Ciampaglia, et al. 2018; Shao, Hui, et al. 2018), puede ser una amenaza para la democracia y sus instituciones (Allcott, Gentzkow, and Yu 2019; Allen et al. 2020; Van Bavel and Pereira 2018). Los hallazgos identificados a partir de la revisión de la literatura no permiten aún establecer una relación de causalidad entre desinformación y desgaste de la democracia (o viceversa). Sin embargo, los autores han avanzado en mostrar efectos particulares en algunos países, los cuáles dan señales de una posible relación entre ambas variables. La Tabla 3 sintetiza los argumentos y hallazgos principales sobre distintas dimensiones de la democracia.

TABLA 3.
EFECTOS DE LA DESINFORMACIÓN EN ASPECTOS CLAVE DE LA DEMOCRACIA (ELECTORAL Y DELIBERATIVA)

DIMENSIÓN DE LA DEMOCRACIA	EFECTOS DE LA DESINFORMACIÓN	HALLAZGOS	METODOLOGÍA
ELECTORAL	<ul style="list-style-type: none"> • Manipulación política. • Influencia sobre el resultado de las elecciones. • Interferencia de un país en procesos electorales domésticos de otros países. • Polarización. 	Demócratas y Republicanos poseen un 15% más de chance de creer en titulares ideológicamente alineados. Además, este efecto es más fuerte en las personas con “redes sociales ideológicamente segregadas”, como Facebook (Allcott y Gentzkow 2017). Las personas con fuerte identificación partidaria son quienes más se exponen a contenido sesgado en Facebook (EE.UU.) (Guess et al. 2019).	Experimento de encuesta (EE.UU).
	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de agregación de intereses y de establecer consensos públicos. • Alto nivel de poder de las empresas dueñas de plataformas digitales como brokers políticos. 	En EE.UU. el impacto de las noticias falsas aparentemente pequeño para haber influido en la elección de 2016. Pero, no hay evidencias empírica sólida a este respecto (Allcott, Gentzkow, and Yu 2019; Calvert and Vining 2018; Marwick and Lewis 2017).	No aplica.
		A diferencia de los estudios hechos en Estados Unidos, Zimmerman y Kohring (2020) encuentran que la desinformación tuvo un efecto sobre las preferencias de las/os votantes en las elecciones parlamentarias de Alemania (2017). Aunque pequeño, el efecto sería significativo para la literatura y el fenómeno de las noticias falsas.	Modelos de ecuaciones estructurales usando datos de una encuesta de panel.
		Porter et al. (2018) muestran que las correcciones a la información falsa, así como la propagación de la desinformación, generaron un efecto correctivo positivo en todo el espectro ideológico. Según los autores, si bien las noticias falsas pueden haber impactado las elecciones de EE.UU. (2016), las correcciones igualmente ejercieron un impacto	Experimento de encuesta. Tanto los ejemplos de noticias falsas como las correcciones provienen del mundo real.

DIMENSIÓN DE LA DEMOCRACIA	EFFECTOS DE LA DESINFORMACIÓN	HALLAZGOS	METODOLOGÍA
		<p>importante en la importancia y énfasis en “la verdad”.</p> <p>Los enfoques más comunes de las noticias se concentran en la personalidad de las/os candidatas/os a cargos políticos electivos, y estas recurren a la carga emocional de el/la receptor/a del mensaje (Bakir y McStay2018).</p> <p>En 30 de 48 países analizados, los partidos políticos usaron propaganda computacional en elecciones o referendos. En 1/5 de los 48 países (la mayoría ubicada en el Sur Global), se encontró evidencia de campañas de desinformación operando en aplicaciones de chat (ej. WhatsApp, Telegram y WeChat).</p> <p>Participar y estar interesada/o en política no hace que las personas sean más propensas a estar desinformadas, sino que las hace más propensas a compartir desinformación. Usar Twitter o Facebook para informarse poder motivar a las personas a volverse más interesadas en política, lo que a su vez aumenta la proliferación de desinformación.</p> <p>En Brasil, trolls profesionales y social bots fueron usados de forma agresiva para silenciar las opiniones disidentes durante las campañas presidenciales del 2014, el juicio político presidencial de la ex presidenta Dilma Rousseff, y en las elecciones municipales en Rio de Janeiro (Arnaudo 2017). Las noticias falsas los trolls y los sitios web anónimos ocuparon un lugar destacado en la comunidad pro-Bolsonaro (Aruguete et al. 2019b).</p>	<p>Análisis de contenido (Breitbart y Facebook) en EE.UU.</p> <p>Análisis de contenido sistemático de noticias que reportaron la actividad de las “tropas cibernéticas” en la muestra de 48 países.</p> <p>Análisis cuantitativo - datos de una encuesta de panel (dos olas) de usuarios/os de Facebook y Twitter en Chile.</p> <p>Entrevistas con expertas/os y consultoras/es de las campañas, estudio de caso (Arnaudo 2017). Modelo estadístico del comportamiento de intercambio de noticias (Twitter) (Aruguete et al 2019b).</p>

DIMENSIÓN DE LA DEMOCRACIA	EFFECTOS DE LA DESINFORMACIÓN	HALLAZGOS	METODOLOGÍA
DELIBERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Debilitamiento de instituciones necesarias para el buen funcionamiento de la esfera pública. • Desgaste de decisiones informadas de manera lógica y basada en hechos. • Cinismo epistémico. • Baja exposición a opiniones y argumentos contrarios. 	<p>La democracia funciona en torno al escrutinio de los discursos que emergen en la periferia del sistema político, y se incorporan al centro a medida en que superan pruebas de veracidad y rigurosidad, para luego convertirse en legislación. La desinformación afectaría la democracia porque desvía los intereses de las personas, deslegitimando el proceso democrático (Chambers 2020).</p> <p>La uniformidad ideológica, la polarización y la antipatía partidista resultan marcados en el comportamiento verificado en Twitter. Según los autores, eso refleja bien el ambiente de tensión social presente en Turquía. Twitter se alejó de un espacio similar a la esfera pública habermesiana, siguiendo con una lógica de homofilia (Furman y Tunç 2020).</p> <p>Cómo la desinformación afecta la democracia deliberativa (McKay y Tenove 2020) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) desgasta la función epistémica de los sistemas deliberativos; 2) las personas pueden volverse “hostiles o indiferentes a procesos con mayores exigencias epistémicas” (Ibid, 6); 3) difama moralmente a grupos/individuos; 4) incluye en las discusiones democráticas a “actores que carecen de derechos normativos [productores de desinformación]”(Ibid, 8). 	<p>Discusión teórica.</p> <p>Análisis de redes (referéndum constitucional de Turquía de 2017). Datos: un millón de tweets enviados por 308.461 usuarios/os dentro de las 24 horas posteriores al cierre de las urnas. Para detectar polarización, usaron métricas de modularidad.</p> <p>Discusión teórica.</p>

Aunque el concepto de democracia y sus procedimientos asociados se encuentra implícito en el corpus de trabajos analizados, es posible clasificar los enfoques disponibles distinguiendo entre dos grandes grupos que priorizan dimensiones diferentes del régimen¹⁴. Por un lado, un grupo de trabajos se centra en los procesos electorales (ej. Allcott and Gentzkow 2017; Aral and Eckles 2019; Arnaudo 2017; Bakir and McStay 2018; Bastos dos Santos et al. 2019; Borgesius et al. 2018; Bradshaw and Howard 2018; Clayton et al. 2019). Esta primera serie de investigaciones está fuertemente influenciada por el escándalo asociado a la hipótesis respecto a la interferencia rusa en la carrera presidencial del 2016 en Estados Unidos (ej. Dawson and Innes 2019; Golovchenko et al. 2020; Linvill and Warren 2020; Paul and Matthews 2016).

No obstante, los trabajos han ampliado progresivamente su foco de estudio, abordando más ampliamente preguntas de investigación asociadas a cómo la desinformación afecta la percepción de las/os votantes respecto al “verdadero estado del mundo” (Allcott y Gentzkow 2017), asumiendo que dicha distorsión en la percepción de las/os votantes terminaría afectando el resultado electoral.

Así, la hipótesis respecto a una manipulación política de la información dudosa está presente en diversos trabajos. Por ejemplo, Allcott y Gentzkow (2017) sostienen que las noticias falsas nublan la capacidad de las personas de decidir cuál candidato realmente prefieren. Bakir y McStay (2018) desarrollan un argumento cíclico: la desinformación genera ciudadanas/os mal informadas/os, las/os cuáles permanecerían mal informadas/os gracias a su encapsulamiento en cámaras de eco (*echo chambers*). Su comportamiento, a su vez, estaría fuertemente influenciado por “antagonismos o indignación, emociones generadas debido al carácter afectivo y provocador por naturaleza de muchas noticias falsas” (2018,6).

En este contexto, en que el “ruido” informativo predomina, el proceso de agregación de intereses quedaría en entre dicho (Flynn, Nyhan, and Reifler 2017; Kuklinski et al. 2014; Li 2020). En suma, la segmentación y moralización del debate informativo, en un contexto en que circulan ampliamente piezas de desinformación, no solo inhibiría la articulación de intereses transversales (propio de la representación democrática), sino que terminaría obturando la capacidad del sistema político democrático de legitimarse mediante la “negociación de un consenso público” (Bradshaw 2018, 5).

Otra serie de autores centran su análisis en la utilización de herramientas específicas, las que pueden o no implicar el uso de información falsa. Por ejemplo, Borgesius et al. (2018) destacan los efectos negativos del *microtargeting* político. Entre ellos se encuentran la exclusión de determinados distritos, grupos, e individuos, los cuales normalmente no votarían por el partido que decide usar *microtargeting*. Otro problema, apuntan los autores, es el aumento de los incentivos para la propagación de información deliberadamente falsa, una vez que “la información específica ni siquiera necesita ser verdadera para maximizar su impacto” (2018,96). Asimismo, esta estrategia podría otorgar mucho poder a nuevos brokers (ej. las empresas de marketing online). Arnaudo (2017) resalta otras herramientas tecnológicas también usadas en la manipulación de las/os votantes:

¹⁴ Pocos autores consideran ambas dimensiones en conjunto, con la excepción de Bennett y Livingston (2020) y Nyhan (2019).

los bots y los trolls profesionales, eficientes para silenciar opiniones disidentes durante disputas electorales, práctica conocida como *flooding* (Tucker et al. 2017).

Por otro lado, otra serie de autores destacan el impacto de las noticias falsas sobre la dimensión deliberativa del debate democrático (ej. Chambers 2020; Emanuelson 2018; Furman and Tunç 2020; McKay and Tenove 2020; Gordon 2018), argumentando desde la teoría política y la teoría de la comunicación social. En este sentido, McKay y Tenve (2020) denuncian como limitada la percepción respecto al efecto dañino de la desinformación sobre la democracia, en base a un foco meramente electoral¹⁵. Para dichos autores, las preferencias de voto son relativamente estables, y las investigaciones empíricas han demostrado que las campañas de desinformación buscan otros objetivos, tales como el debilitamiento y la deslegitimación de la institucionalidad más ampliamente entendida.

Para esta serie de autores, la información verificable y consensuada sería una condición necesaria para deliberar y debatir (Emanuelson 2018), siendo ambos procesos esenciales para el buen funcionamiento de la democracia (Nyhan 2010). Asimismo, se sostiene que las democracias no prosperan en ausencia de información confiable y libremente disponible (Calvert and Vining 2018; Miller and Vaccari 2020), aunque no necesariamente requieran para funcionar adecuadamente de una ciudadanía plenamente informada. En suma, el riesgo no radica tanto en niveles bajos de información, sino más bien, en altos niveles de circulación de información falsa (Wittenberg and Berinsky 2020).

McKay y Tenve identifican cuatro mecanismos asociados al impacto de la desinformación sobre la deliberación democrática. Primero, la desinformación desgastaría la función epistémica de los sistemas deliberativos (es decir, la generación de preferencias, opiniones y decisiones informadas de manera lógica y basadas en hechos). Segundo, las personas influenciadas por la desinformación pueden tornarse progresivamente “hostiles o indiferentes a procesos que requieren mayor exigencia epistémica”, incrementando el cinismo epistémico (McKay y Tenove 2020, 6).¹⁶ Tercero, la desinformación deriva en un problema de inclusión injustificada, haciendo que “actores que carecen de derechos normativos [productoras/es de desinformación] para participar del debate público puedan acceder e influir sobre la deliberación democrática” (McKay y Tenove 2020,8). Finalmente, la desinformación afectaría, mediante la difamación sistemática, a ciertos grupos o personas y sus preferencias y posiciones respecto a temas públicos.

En este último plano, Henson et al. (2013) en Siegel (2020), apunta a que el discurso de odio hiere a la libertad de expresión y puede excluir de forma sistemática a grupos específicos del

¹⁵ Algunos trabajos muestran que es prácticamente imposible cuantificar en qué medida la manipulación de los medios de extrema derecha afectó los resultados de las elecciones presidenciales de EE.UU del 2016 (Allcott, Gentzkow, and Yu 2019; Calvert and Vining 2018; Marwick and Lewis 2017). En particular, referente a las elecciones presidenciales del 2016 no habría evidencia para determinar si hubo impacto de diversas formas de desinformación (domésticas e internacionales) en la elección de Donald Trump (McKay and Tenove 2020). Otros autores afirman que, aunque fuera posible estimar, este efecto sería aparentemente pequeño (Fletcher et al. 2018, Allcott y Gentzkow 2017, Allen et al 2020, Guess et al. 2019).

¹⁶ Las personas tienden a ser más vulnerables a información dudosa que provienen de fuentes en que confían. Las personas tienden a creer en información falsa y negativa sobre personas respecto a las que poseen puntos de vista contrapuestos (ej. raza, etnia, religión, orientación sexual etc.) (Nyhan 2020).

debate público. Asimismo, Salminen et al. (2019) muestran que el foco de los mensajes de odio en internet varían de acuerdo con el contexto de cada país. Los contextos nacionales también determinan en qué medida distintos grupos terminan potenciando y difundiendo piezas específicas de desinformación, las que resultan consistentes con sus sesgos cognitivos y prejuicios. A modo de ejemplo, Nyhan (2020) argumenta que las personas tienden a creer en información falsa y negativa sobre personas que perciben como diferentes (sea en términos de raza, etnia, religión, orientación sexual etc). Nyhan cita el trabajo de Jardina y Traugott (2019), quienes concluyen que en EE.UU. la creencia en la información falsa de que Obama no nació en el país se asociaba profundamente con el resentimiento racial detectado en encuestados blancos el 2012 a partir del *American National Election Study*.

En este sentido, los trabajos empíricos detectan sesgos sistemáticos respecto a los grupos más afectados por la difamación, pero dichos sesgos pueden variar en otros contextos regionales o nacionales para los que aún no contamos con investigación disponible. Los sesgos detectados por la literatura hasta el momento, son los siguientes.

Marchal et al. (2019) analizaron 584.062 tuits relacionados con las elecciones parlamentarias europeas del año 2019, considerando tuits distintos idiomas (inglés, francés, alemán, italiano, polaco, español y sueco). Los autores encontraron que las piezas de junk news más frecuentemente viralizadas se estructuraban en torno a sentimientos antiinmigración, y a la islamofobia. En la misma línea, Zimmerman y Kohring (2020) argumentan que en Alemania el contenido de los mensajes desinformativos se asocia consistentemente a los “supuestos problemas causados por la inmigración de [personas provenientes de] países islámicos” (Zimmerman 2020,17).

Asimismo, Marwick y Lewis (2017) señalan a la web como un terreno fértil para la expansión de grupos como el Alt-right, caracterizados por un fuerte culto a la tradición, la romantización de un pasado puro poblado por “hombres de verdad”, en que existía un fuerte ethos nacional y menores niveles de flujos de inmigración. Estos autores definen como *manosphere* al conjunto de “blogs, foros y sitios web” dedicados a discutir esta visión, y su asociación con la “masculinidad”. Subrayan que sin la amplificación de diversos medios de comunicación, este tipo de grupo permanecería circunscrito a sub-culturas marginales y poco visibles a nivel agregado¹⁷: “Tanto los grupos nacionalistas blancos como los de extrema derecha creen que deben trabajar desde cero para establecer contra-narrativas, lo que hoy en día se puede hacer más fácilmente en línea” (Marwick y Lewis 2017, 28).

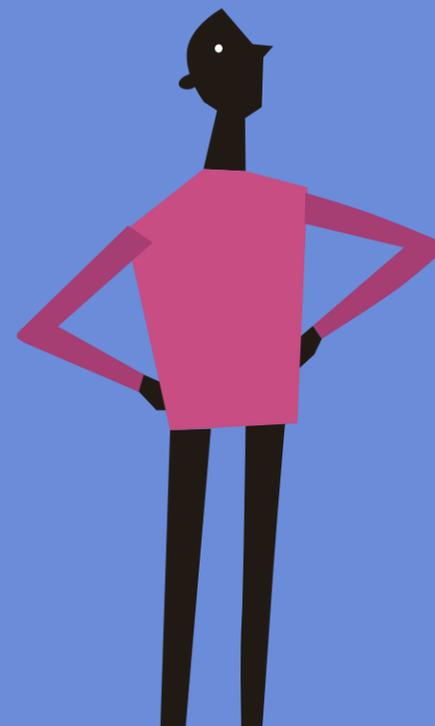
También en esta línea, Knops y De Cleen (2019) argumentan que existe una construcción –por parte de la extrema derecha– de la figura del “hombre blanco” como víctima de la inmigración masiva y del “racismo reverso”. Los medios “políticamente correctos” distorsionarían así la imagen y reputación de las/los “ciudadanas/os de bien” afiliados a estas posturas extremas. Por su parte, Whitten-Woodring et al (2020) en Miller y Vaccari (2020) estudian en el rol de Facebook en la diseminación de discursos de odio en contra de la población musulmana (*Rohingya Muslim*) en Myanmar, encontrando que esta plataforma social tuvo una fuerte relevancia en difundir discursos anti-musulmanes, los cuáles se tradujeron luego al mundo real mediante ataques sufridos por fieles de esa religión.

Siegel (2020) afirma que en los últimos años se observó un aumento de la oferta de *sites*, canales en Youtube, y comunidades virtuales asociadas a comportamientos fuertemente discriminatorios (racistas, machistas, etc.) en diferentes plataformas de redes sociales. Además, la autora destaca el crecimiento de foros en Reddit, 4chan y 8chan, y de perfiles falsos en Facebook dedicados a incentivar la violencia contra distintas minorías. Por último, afirma que cuentas de nacionalistas blancas/os han funcionado de manera abierta en las redes sociales, atrayendo a miles de seguidoras/es (Siegel 2020, 62). Siegel enfatiza que a pesar de la dificultad que implica medir de manera sistemática los efectos del discurso de odio online, las investigaciones son consistentes en mostrar que dichos comportamientos traen aparejados también “graves consecuencias *offline* tanto para personas como para grupos” (Ibid. 68), afectando especialmente a poblaciones que han sido históricamente marginadas en las sociedades.

¹⁷ Para el listado de las subculturas presentes en la *manosphere*, ver Glosario (Anexo 1).

7

Soluciones propuestas



7 Soluciones propuestas

Las distintas perspectivas respecto a las causas y consecuencias de la desinformación online se asocian a distintos tipos de solución propuesta (Shao, Ciampaglia, et al. 2018). La *Tabla 4* sintetiza las diferentes propuestas de acuerdo con el enfoque dado al problema de la desinformación.

TABLA 4
ESTRATEGIAS DE COMBATE A LAS NOTICIAS FALSAS DE ACUERDO CON CADA ENFOQUE TEÓRICO

ENFOQUE	SOLUCIÓN SUGERIDA
I. COGNITIVO	Educación digital (ej. Lewandowsky et al. 2017; Pennycook y Rand 2018), exponer las/os usuarias/os a información diversificada y confiable (Vraga 2019), hacer que las noticias reales sean tan simples de comprender como las noticias falsas (ej. McDermot 2019), incentivar a las/os usuarias/os a utilizar fuentes confiables, hacer correcciones ingroup (por personas cercanas/miembros del mismo grupo que el individuo corregido) (ej. Van Bavel and Pereira 2018), fact checking, etiquetar contenidos falsos.
II. ESTRUCTURAL	Construir nuevas instituciones económicas inclusivas que tengan la capacidad de responder frente a la inseguridad económica (ej. Benkler 2020). Reparar el funcionamiento de las instituciones democráticas (ej. Bennett y Livingston 2020). El Estado debe dejar de beneficiar con protección fiscal a organizaciones políticas que desgastan las fuentes de información confiables (Ibid.).
III. TECNOLÓGICO	Uso de herramientas tecnológicas (ej. técnicas de false information detection (FID), manipulación algorítmica, uso de inteligencia artificial, detectar y desconectar cuentas que tienen más probabilidades de ser bots (ej. Guo et al. 2020; Shao, Ciampaglia, et al. 2018).
IV. INSTITUCIONALISTA	Hacer que las noticias reales sean más atractivas para el público, alfabetización digital en las escuelas públicas y en el plan de estudios de nivel universitario, evitar leyes que criminalicen la creación y difusión información falsa o manipulada (Calver y Vining 2018), utilizando en su lugar la figura de demandas por difamación (Lazer et al. 2018).
V. GEOPOLÍTICO	Las interfaces de programación (API) de las redes afectadas por cuentas falsas deben permitir la escritura de un código que supervise y sistematice la observación de comportamiento de un gran número de cuentas por terceras partes (ej. Dawson e Innes 2019). Inversión en tecnologías para combatir las deepfake. Cooperación internacional.

Haciendo foco en particular en el debate respecto a las formas de combatir la desinformación, existen dos puntos que generan visiones contrapuestas: 1) cuáles son las/os agentes responsables por aplicar las medidas de combate a la desinformación; 2) la eficacia de las soluciones, y en especial, de los efectos del *fact checking*.

Con relación la primera temática, la literatura identifica nueve actores como potenciales responsables de aplicar medidas de combate a la contaminación informativa: las plataformas digitales (en especial, las redes sociales), la sociedad civil, la academia, el Estado, empresas privadas de publicidad, las/os usuarias/os del internet, las agencias de fact-checking/ONGs, los medios tradicionales de comunicación, y la élite política. Dentro de este conjunto de agentes, emerge un debate central “¿quién se convierte en el árbitro de la verdad?” (Allcot y Gentzkow 2017, 233). Este cuestionamiento surge principalmente cuando las soluciones propuestas implican otorgar un alto poder a las plataformas digitales o al estado para regular la información.

Una de las características de la popularización del internet y de las redes sociales es la ausencia de los medios de comunicación tradicionales como *gatekeepers* de la información producida y distribuida (Baum and Potter 2019). Eso se dio tanto por los propios rasgos del nuevo ecosistema mediático (Vraga 2019), como por la crisis de legitimidad de los medios *mainstream* (Bennett and Livingston 2020a). En este contexto, algunas soluciones para frenar la circulación de mensajes desinformativos se han basado en distintas formas de regulación de la información en el medio digital, liderada por las propias plataformas.

Las propuestas de regulación lideradas por las empresas dueñas de plataformas digitales varían en su grado de control. Algunos autores sugieren que las plataformas deben etiquetar la información falsa para que las/os usuarias/os¹⁸ la eviten (Allcott and Gentzkow 2017; Mena 2020; Nyhan 2020). Otras soluciones enfocadas en las plataformas como agentes responsables giran en torno de incorporar algoritmos de *fact checking* a procesadores de información (Lazer et al. 2018), usar los sistemas algorítmicos para cambiar las condiciones que producen el fenómeno de los medios clickbait, dando más protagonismo a los medios de comunicación “respetables” (Lewandowsky, Ecker, and Cook 2017) y promoviendo reglas deliberativas de comunicación (McKay and Tenove 2020). Por último, hay quienes plantean posiciones aún más duras: las plataformas deberían excluir el contenido falso y la cuenta de algunas/os usuarias/os (humanas/os o no). Sobre este último punto, Karpf (2020) argumenta que las plataformas de redes sociales son empresas maximizadoras de ganancias, por lo que no deben asumir un rol regulatorio. Sin embargo, el autor opina que no hay perspectivas de una supervisión regulatoria por parte de otras/os actores. Para Karpf, idealmente otro agente debería entrar en escena: el Estado.

Así como en el caso de las plataformas online, las propuestas de participación del Estado como ente regulador también varían en términos de las preferencias respecto a su grado de intervención. Por un lado, hay quienes promueven la promoción de la educación digital como alternativa (Montero-Liberona and Halpern 2019; Shin et al. 2018). Por otro lado, otros trabajos critican dicho tipo de iniciativa en función de la escasa evidencia respecto a sus potenciales

¹⁸ Un crítica lateral que se hace es que grupos como redes terroristas pueden migrar a plataformas alternativas más difíciles de rastrear (Tucker et al. 2017).

efectos (Lazer et al. 2018). Asimismo, las medidas que integran advertencia pre-exposición a la desinformación podrían reducir el nivel de credibilidad percibida en los medios donde circulan “noticias reales” (Ibid.) generando una “desconfianza generalizada” (McDermott 2019, 5). Una segunda solución enfocada en el rol del Estado, es la cooperación internacional entre estados o entre estados y organizaciones internacionales (Hansen and Lim 2018).

En los estudios analizados, predomina la identificación de obstáculos y riesgos respecto a la regulación o censura previa a los medios. En primer lugar, los medios digitales permiten que la información alcance a un inmenso número de personas dentro y fuera las fronteras de cada país. Esto se traduce en una gran dificultad para monitorear efectivamente por parte de los gobiernos nacionales. Al mismo tiempo, también genera una superposición y conflicto entre marcos legales y regulatorios divergentes entre países (Bennett and Livingston 2020a). Los límites de capacidad estatal también son señalados como un obstáculo fundamental, en tanto los estados usualmente carecerían de la capacidad de anticipar innovaciones tecnológicas y sus efectos, en cada instancia electoral (Arnaudo 2017).

Otro obstáculo frecuentemente señalado responde al de contravenir el principio de la libertad de expresión (Calvert and Vining 2018; Emanuelson 2018; Farooq 2018; Ha, Andreu Perez, and Ray 2019; Lazer et al. 2018). Como ejemplo, Farooq (2018) muestra cómo las leyes para combatir las noticias falsas en India culminaron con la violación de la libertad de discurso. Asimismo, Tucker (2017) destaca que en regímenes autocráticos se aplican estrategias sofisticadas de censura online, de forma que sería posible que “los usuarios de las redes sociales ni siquiera se den cuenta de que están siendo afectados por dicha censura, lo que hace que sea casi imposible evitar o contrarrestar” (2017, 51).

Finalmente, parte de los trabajos analizados recomienda acciones conjuntas entre el Estado y el sector privado, incluyendo a las empresas dueñas de las plataformas online. Entre ellas podemos mencionar: 1) la coordinación entre instituciones de salud pública y las empresas de tecnología (ej. Google) a fin de ajustar el algoritmo del sistema de recomendaciones (Song and Gruzd 2017); y 2) la consulta por parte de los *policy makers* y de las entidades regulatorias a las asociaciones comerciales representantes de redes de anuncios, bajo el supuesto de que estos no desean que su publicidad se vincule a la circulación de noticias falsas (Bakir and McStay 2018).

La discusión sobre el rol a jugar por el Estado y las plataformas en aplicar medidas de combate a las noticias falsas se concentra mayormente en las consecuencias del poder de control de la información. Otra serie de investigaciones se centra en analizar la eficacia de diferentes medidas, y muy especialmente, de las estrategias de *fact-checking*. Entre los principales hallazgos de estos estudios, se encuentra la confirmación respecto de la hipótesis que sostiene que las/os usuarias/os de redes sociales tienden a corregir información con la cual no están de acuerdo (Vraga 2019) y a favorecer la información que refuerza sus posiciones y creencias preexistentes (Flynn et al. 2017, Kelly 2019).

Otro factor que limita la efectividad de la estrategia refiere a los efectos de la repetición de una información falsa, en el contexto de un antídoto asociado al fact checking. Así, el fact checking podría generar un *backfire effect*, es decir, terminar reforzando las percepciones erróneas de los individuos (Gaumont, Panahi, and Chavalarias 2018; Nyhan 2010; Wittenberg

and Berinsky 2020). A su vez, la evidencia señala que la corrección de la información falsa: 1) no cambia las preferencias de voto (Swire et al. 2017, Schaffner y Luks 2018); 2) genera confusión en las/os ciudadanas/os respecto a los detalles originales del evento y de la “verdad” asociada; y 3) resulta más efectiva cuando es realizada por personas del mismo grupo de quienes propagan rumores en comparación con el fact-checking externo (Berinsky 2015; Wittenberg and Berinsky 2020).

Quienes adhieren a un enfoque estructuralista se encuentran relativamente aisladas/os a este respecto,¹⁹ en tanto su posición teórica sostiene que la desinformación es consecuencia y no causa de la crisis de las instituciones democráticas. De acuerdo con esta vertiente, las explicaciones convencionales “tienden a centrarse en los síntomas y no en las causas de los trastornos contemporáneos de la comunicación” (Bennett y Livigston 2020, 8). Según Bennett y Livigston, sería poco probable que la verificación de hechos, la alfabetización mediática y las políticas que requieren que medios como Facebook y YouTube controlen el contenido, alcancen los resultados esperados. Primero, porque cada vez más las/os usuarias/os de las redes desean creer en “hechos alternativos” que trabajan con las emociones del individuo y conllevan “sentimientos de marginación política y económica” (Ibid. 5). Segundo, porque las/os propagadoras/es y consumidoras/es de desinformación afirmarán a sus seguidoras/es que el control de los medios es censura.

Con este trasfondo, recientemente se han sumado argumentos respecto a la necesidad de implementar un enfoque integrado, que logre coordinar iniciativas que operen en distintos planos y de forma complementaria. En general, en la literatura no se recomienda que el Estado o la iniciativa privada utilicen medidas preventivas enfocadas en la oferta de información dudosa, como la censura o el bloqueo de información para frenar la propagación de contenido falso (Ha, Andreu Perez, and Ray 2019). Por otro lado, no existen consensos sobre los efectos de las soluciones orientadas hacia la demanda. Por ejemplo, factores individuales, contextuales, de contenido y ambientales influyen en la durabilidad de la desinformación después que esta es corregida, pudiendo resultar en *backfire effects* y el efecto de influencia continua²⁰ (Wittenberg and Berinsky 2020). En este contexto, se recomienda utilizar soluciones provenientes de distintos enfoques, a partir de una aproximación estructural al problema de la desinformación en regímenes democráticos. Asimismo, se sugiere la inclusión de la sociedad civil, de los gobiernos, de actores corporativos, y del público en general en el debate para la formulación y ejecución de medidas (McKay and Tenove 2020).

Otro factor importante es avanzar en la investigación académica con el objetivo de responder a preguntas que siguen abiertas. ¿Cuáles son los efectos de la corrección de la información falsa? ¿Cuánto tiempo duran esos efectos? ¿La repetición de la información, aunque sea para corregir, genera siempre o bajo modalidades específicas un *backfire effect*? (Wittenberg and

19 Por ejemplo, los enfoques cognitivos muchas veces van juntos con los tecnológicos en la búsqueda por ofrecer una información más diversa (usando combinaciones algorítmicas) o a fin de desarrollar herramientas de educación digital.

20 Backfire effect: cuando repetir un mito puede reforzarlo, aumentando la familiaridad de las personas con esta información. Exponer algunas comunidades a una información dudosa que anteriormente no conocían, podría iniciar un “nuevo brote” de fake news (Gaumont, Panahi, and Chavalarias 2018). Influencia continua: cuando, a pesar de recordar haber escuchado una corrección o retractación, las personas siguen siendo influenciadas por la información falsa (Gaumont, Panahi, and Chavalarias 2018; Wittenberg and Berinsky 2020).

Berinsky 2020). Sabemos también que la desinformación no afecta igualmente a todas las personas, y que distintas piezas de información dudosa varían en su capacidad de persuadir a las personas (Ibid. 20). Por estas razones, Wittenberg y Berinsky estipulan que es urgente avanzar en la investigación a través de distintos contextos y escenarios, a los efectos de diseñar intervenciones más efectivas.

Consideraciones Finales: la agenda de investigación

8



8

Consideraciones Finales: la agenda de investigación.

A partir de la revisión de la literatura reciente realizada en este trabajo, se identifican, para finalizar, una serie de consideraciones adicionales respecto al estado del arte y la frontera actual del conocimiento relevante sobre los desafíos que plantea la irrupción de los procesos de contaminación informativa y su impacto en los procesos democráticos.

Primero, es necesario identificar más claramente los posibles mecanismos causales que explican el comportamiento de las/os distintas/os agentes implicados en la circulación y consumo de información dudosa y falsa (Ha, Andreu Perez, and Ray 2019; Rojas and Valenzuela 2019).

Segundo, también resulta necesario ampliar la cobertura de los estudios disponibles, y desarrollar, simultáneamente, estudios comparativos que permitan identificar el peso de factores estructurales y universales, calibrando sus efectos con relación a factores nacionales e idiosincráticos de cada evento analizado (Rojas et al. 2019, Rossini 2020). Respecto a los dos primeros puntos, Rojas y Valenzuela hacen un llamado a especificar los mecanismos causales en los estudios sobre los efectos de la desinformación en la opinión pública. La mayoría de los artículos analizados utilizaron métodos cuantitativos. Por lo tanto, como recomiendan Ha et al., sería “beneficioso estudiar la motivación y las causas para producir noticias falsas, sus efectos y características con mayor profundidad utilizando métodos cualitativos”, así como los estudios comparativos entre países, los cuales aún son escasos (Ha et al 2019, 21-22). Además, es urgente abandonar afirmaciones generales hechas a partir de un solo estudio de caso tales como “*el consumo de noticias falsas está relacionado positivamente con la participación política*” (Rojas y Valenzuela 2019, 652). En otras palabras, Rojas y Valenzuela insisten que se debe evitar el supuesto de “*invariancia entre las poblaciones*”, explicitando siempre la contextualización, y cuando sea necesario, recurriendo a estudios comparativos entre países y dentro de un país (Rojas and Valenzuela 2019; Wasserman 2020).

Tercero, resulta necesario analizar el comportamiento de las personas en contextos representativos de su realidad, en tanto los contextos experimentales pueden carecer de validez externa (Weeks and Gil de Zúñiga 2019). Respecto al tercer punto, Weeks y Gil de Zúñiga destacan la necesidad de seguir investigando sobre formas de contrarrestar las diferentes formas de desinformar. Los autores argumentan que no sabemos realmente la frecuencia con que las personas se cruzan con las informaciones falsas en su día a día. “La investigación existente que ha abordado esta cuestión sugiere que la exposición puede ser mínima, a pesar de la narrativa compensatoria en la prensa popular” (Weeks y Gil de Zúñiga 2019, 4). Bajo este diagnóstico, los autores aseveran que es clave estudiar el fenómeno de la verificación de noticias en un contexto representativo de la realidad de las personas, así como identificar los mecanismos mediante los cuales las personas serían más propensas a corregir sus ideas incorrectas. Schaffner y Luks (2018) apuntan a otro problema que emerge a partir de esta discusión: al menos parcialmente, la información falsa reportada en las encuestas puede ser resultado del “*partisan cheerleading*” en lugar de percepciones erróneas (*misperceptions*).

Cuarto, y en particular respecto a los estudios cognitivos, es importante tener en cuenta la temporalidad con que operan los efectos de la desinformación, así como la de los esfuerzos de corrección (Wittenberg and Berinsky 2020). En este sentido, Wittenberg y Berinsky

identifican algunas contradicciones metodológicas relacionadas al tiempo de los estudios. En función de ello argumentan que los *backfire effects* pueden emerger solamente después de que haya transcurrido cierto tiempo. El problema es que la mayoría de las investigaciones sobre este efecto se basan en correcciones hechas poco tiempo después del contacto de la persona con la información falsa (ej. experimentos). Otro punto crítico consiste en que las investigaciones que incorporan períodos prolongados entre la exposición a la noticia falsa y su corrección, han mostrado que “los beneficios de las correcciones se disipan rápidamente” (Wittenberg y Berinsky 2020, 173).

Aun es temprano para comprender las causas y el impacto de la “era de la desinformación” sobre la institucionalidad y los procesos democráticos (Bennett and Livingston 2020a). Pasados años desde la profesionalización del periodismo en Occidente, y del surgimiento de diversas herramientas tecnológicas de comunicación, la sociedad ha vuelto -como bien indicó Andie Tucher (2020)- a hacerse las mismas preguntas: ¿Las informaciones dudosas llevaron al desgaste de la democracia? ¿Cómo podemos saber qué es verdadero y qué es falso? ¿Cómo percibir que una información fue manipulada? Los estudios post-2016 sobre la desinformación y su impacto en el régimen democrático son todavía incipientes, e inhiben la capacidad de formular conclusiones firmes. Asimismo, la mayoría de las investigaciones se ha enfocado a estudiar el caso estadounidense²¹, donde existen especificidades que no se cumplen en otros países, como, por ejemplo, la presencia de identidades partidarias activas y crecientemente polarizadas. La futura agenda de investigación debe concentrarse en estos y otros desafíos a fin de comprender de manera integral cuál es la relación entre la desinformación masiva y la salud de las democracias.

²¹ Incluso en estudios enfocados en las elecciones de EE. UU del 2016 y en el Brexit, hay desacuerdos en la literatura sobre la real capacidad de que la manipulación de las redes sociales afecte los resultados electorales. Algunos destacan que los gastos con y exposición a fake news (en el caso de Rusia y las elecciones estadounidenses del 2016) fueron de baja escala para afirmar que hubo causalidad entre manipulación y resultado de elecciones. Otros afirman lo contrario, argumentando que trolls y hackers rusos influyeron en la elección de Trump. El referéndum del Reino Unido sobre la salida de la Unión Europea y las recientes elecciones en Brasil, Suecia e India suscitan las mismas dudas (Aral and Eckles 2019).

ANEXO 1

Glosario

A

AFFORDANCE: propiedades percibidas/reales de un objeto, las cuales permiten manipularlo. Cuando se habla de affordance con relación a Social Network Sites (SNS), significa: a. posibilidad de que los usuarios/as produzcan/compartan información a bajo/cero costo; b. ambiente donde la información sobrepasa la capacidad de los usuarios/as para “analizar reflexivamente las noticias a las que están expuestos/as” (ej. uso teléfonos para interactuar con este contenido); c. segregación ideológica por algoritmos, los cuales filtran la información a la que están expuestos los usuarios/as “en función de sus preferencias y comportamiento en línea” (Valenzuela et al. 2019, 28).

AGENDA-AUDIENCIA: protagonismo de la audiencia para definir la agenda periodística. Esta es resultado de la expansión de internet y del uso de redes sociales (Anderson, 2011 en Aruguete, Calvo, and Ventura 2019).

ALGO-JOURNALISM: periodismo automatizado/algorítmico. No necesitan de los análisis humanos, se utilizan software bots para para crear noticias. Es usado para informar sobre características clave de textos más complejos (ej. inversión, estadísticas deportivas). Los editores crean estoques de templates narrativos y frases clave que consideran diversos resultados potenciales. Luego, el software los compara y los une a los datos. (Bakir and McStay 2018).

ALT-RIGHT: término acuñado por Richard Spencer (supremacista blanco) el 2008, a fin de clasificar individuos de derecha cuyos puntos de vista políticos se encontraban en desacuerdo con el establishment conservador. El neologismo abrió las puertas a lo que antes era considerado un discurso inaceptable en los medios de comunicación tradicionales. A través de las redes sociales, estos grupos se presentaron como una novedad a los millenials. El alt-right es diversificado y posee disputas en su interior. Es difícil distinguir cuando ellos están haciendo afirmaciones serias o ironías (ley de Poe). Poseen un fuerte culto a la tradición, enalteciendo un presunto pasado donde hombres eran “machos de verdad” y se limitaba la inmigración (Marwick and Lewis 2017).

AMENAZA POTENCIAL A LA IDENTIDAD: los individuos normalmente tienen aversión a la incertidumbre. Al saber que uno posee una creencia falsa, podemos sentir que nuestra identidad está amenazada, además de revelar una “brecha de conocimiento”, lo que nos llevaría a la necesidad de la certeza (Van Bavel and Pereira 2018, 219).

ANARQUÍA EPISTÉMICA: efecto de las prácticas para desinformar. Consistiría en un escenario en que los individuos se sumergen en un estado de duda profunda y radical sobre en qué creer (Dawson and Innes 2019).

ANDRÓFILOS: hombres atraídos por el mismo sexo que no se identifican como homosexuales (Marwick and Lewis 2017). En el mundo online son parte de las subculturas que constituyen la manosphere.

ÁRBOL: cadenas de un mismo ítem compartido en Facebook. La raíz del árbol es la primera vez que se compartió determinada información (Del Vicario et al. 2016).

B

BACKFIRE EFFECT: cuando repetir un mito puede reforzarlo, aumentando la familiaridad de los individuos con esta información. Es un efecto de influencia continua: a pesar de las correcciones de la información dudosa, las personas siguen creyendo en la versión falsa. Exponer algunas comunidades a una noticia falsa que anteriormente no conocían, podría iniciar un “nuevo brote” de fake news (Gaumont, Panahi, and Chavalarías 2018).

BOTNETS: ejércitos de bots guiados por un comando humano central. Pueden ser responsables por cambiar los resultados de elecciones desacreditando candidatos/as, difundiendo rumores y noticias falsas (Furman and Tunç 2020).

BOTS POLITICOS/SOCIALES: algoritmos que operan en las redes sociales, los cuales aprenden a imitar a los seres humanos (McKay and Tenove 2020). Lazer et al (2018) los llama “bots sociales”.

C

CÁMARAS DE ECO: espacios digitales con bajo nivel de diversidad de opiniones, donde la información, las ideas o creencias son reforzadas a través de la comunicación y repetición (Bakir and McStay 2018).

CAMBIOS DE NARRATIVA: cuando las cuentas en Twitter comienzan con una posición política neutral que atrae seguidores/as diversos, para luego cambiar su posición política a fin de favorecer a los intereses de los que controlan estas cuentas. Es un concepto usado cuando se aborda la interferencia rusa en las elecciones de EE.UU del 2016 (Dawson and Innes 2019).

CIUDADANOS/AS ASERTIVOS: “(...) ciudadanos/as políticamente activos que desconfían de las instituciones existentes y son escépticos hacia las autoridades” (Dalton y Welzel 2014 en van Kessel, Sajuria, y Van Hauwaert 2020, 3).

COMPRA DE SEGUIDORES/AS: cuando grandes cantidades de seguidores/as son adquiridos en la fase inicial e intermedia de una cuenta fake en redes sociales, pero estos seguidores/as no generan interacción con los tuits de la cuenta falsa (Dawson and Innes 2019).

CONSPIRACY ENTREPRENEURS: actores que se benefician directa o indirectamente de la propagación de sus teorías de la conspiración, sea porque creen en ellas, sea porque poseen objetivos políticos, económicos, o sociales (Sunstein and Vermeule 2009).

CONTENIDO MANIPULATIVO ORGÁNICO: contenido intencionalmente falso, o contenido verdadero propagado por actores extranjeros, a quienes se les prohíbe participar en procesos políticos nacionales, con la intención de manipular a las/os votantes” (Aral and Eckles 2019, 859).

CREDIBILIDAD DE LA FUENTE: tendencia a evaluar la credibilidad de las fuentes, con base en sus opiniones pre establecidas, antes de juzgar la información que se les presenta (Swire et al. 2017).

CUENTAS AMPLIFICADORAS: buscan de manera intencional aumentar el número de voces/atención a determinados mensajes en la web (Bradshaw et al. 2019).

CVI (CYBER VOTER INTERFERENCE): operaciones cibernéticas cuyo fin es influenciar a las/os votantes. Hansen y Lim las dividen en tres tipos: Doxing, Fake News y Trolling (Hansen and Lim 2018).

CYBER TROOPS: “(...) actores gubernamentales o de partidos políticos encargados de manipular la opinión pública en línea” (Bradshaw y Howard 2017 en Bradshaw y Howard 2018, 4). A menudo estas tropas trabajan junto a la “industria privada, organizaciones

de la sociedad civil, colectivos de hackers, movimientos marginales, personas influyentes en las redes sociales y voluntarios que apoyan ideológicamente su causa” (2018, 9). Esta cooperación puede darse tanto de manera formal, como informal (por ideología común) (Bradshaw and Howard 2018).

CYBORGS: “usuarios/as que automáticamente comparten noticias de un conjunto de fuentes, habiéndolas leído o no” (Lazer et al. 2018, 109).

D

DEGRADACIÓN (DEL DEBATE PÚBLICO): “pérdida de calidad en las noticias y debate público” (Starr 2020, 69). En un régimen democrático, la calidad de los medios depende de: a. la provisión de información de confianza (noticias verdaderas y compromiso con las normas y procedimientos de búsqueda de la verdad); y b. un “debate sólido” sobre temáticas de interés público (derechos individuales a la libertad de expresión e instituciones y sistemas de comunicación que ofrecen perspectivas diversas) (Starr 2020).

DEMÓCRATAS INSATISFECHOS: individuos “políticamente sofisticados” y con educación superior, “pero frustrados con las élites políticas, las instituciones y los procesos [democráticos]” (van Kessel, Sajuria, and Van Hauwaert 2020, 3).

DESINFORMACIÓN (DISINFORMATION): información falsa con el propósito de engañar (Guo et al. 2020; Li 2020; Rossini et al. 2020). Además de falsa, es dañina. Puede incluir contenido falso, impostor, manipulado, fabricado, sin contexto, opiniones desinformadas y comentarios manipulados (Humprecht, Esser, and Van Aelst 2020). “(...) Además de la creación, algunos consideran el intercambio deliberado de información que se sabe que es falsa” (2018,6) (Bakir and McStay 2018). Las fake news serían un tipo de desinformación. Obs.: muchos trabajos separan el término “misinformation” (sin intención de desinformar) vs. “disinformation” (desinformación intencional).

DIGITAL PROPHECY: asociación de una crisis reciente con una narrativa de “agravios pasados para predecir consecuencias futuras” (Dobrevá 2020, 19). En varias culturas, las profecías serían una manera por la cual los grupos sociales “absorben” eventos inquietantes. Es parte del “ordenamiento colectivo de la realidad” (Ibid). “Las profecías digitales, como las profecías bíblicas, no siempre tienen que hacerse

realidad para ser influyentes” (Dobrevá, Grinnell, and Innes 2020, 15).

DILEMA DE LOS MEDIOS: en un escenario de polarización política los medios se enfrentan los beneficios de atender al extremo ideológico versus los costos de reputación de hacerlo (Aruguete, Calvo, and Ventura 2019).

DISINFORMED PEOPLE (PERSONAS DESINFORMADAS): personas que tienen creencias factualmente incorrectas, y usan información incorrecta para formar sus preferencias (Kuklinsky et al 2014 en Humprecht et al. 2020).

DISNEWS: otra forma de referirse a las fake news (Zimmermann and Kohring 2020).

DISONANCIA COGNITIVA: conflicto entre diferentes creencias de un individuo. Es una experiencia que genera aversión, luego, las personas tienen incentivos para evitarla/reducirla (Van Bavel and Pereira 2018).

DOXING: cuando una información confidencial o de difícil acceso es robada y expuesta públicamente con el objetivo de desgastar el imagen de un partido/candidato (Hansen and Lim 2018).

E

ELASTICIDAD DE LA REALIDAD: capacidad de las élites de enmarcar exitosamente hechos relacionados a la política exterior, independientemente del contenido. “(...) los líderes pueden disfrutar de una mayor “elasticidad de la realidad” en las condiciones actuales, pero nada se extiende infinitamente” (Baum and Potter 2019).

ESFERA PÚBLICA (HABERMASIANA): espacio de intercambio de conocimiento, información e ideas, donde se forma la opinión pública a partir de un proceso deliberativo y racional. Están formadas por individuos interesados y con visiones de la realidad que compiten entre sí (Furman and Tunç 2020).

ESTRELLAS INDIVIDUALES DE LAS REDES (INFLUENCERS): individuos que pueden transmitir noticias y opiniones, “sin las restricciones de los guardianes tradicionales o las normas periodísticas” (Starr 2020, 74).

EXPLANATORY DEPTH ILLUSION: cuando ayudamos

a los individuos a darse cuenta de su “propia ignorancia sobre los detalles de las políticas” (Van Bavel and Pereira 2018, 220). Tiene el potencial de reducir la polarización política. Por otro lado, devaluar, atacar o disminuir a los oponentes políticos puede aumentar la polarización, una vez que “activa situación compensatoria y necesidades de autonomía” (Ibid).

EXPOSICIÓN SELECTIVA: preferencia de los individuos por información que confirme sus creencias preexistentes (Lazer et al. 2018).

F

FAKE NEWS: puede ser usado como sinónimo de programas televisivos de sátira u otros tipos de parodias hechas a partir de noticias reales (Balmas 2014; Berkowitz and Schwartz 2016; Bernal 2013; Wight 1992); pero, desde el 2016, los trabajos conceptualizan las fake news como información intencionalmente falsa y travestida de noticias provenientes de medios de comunicación tradicionales (Calvert and Vining 2018; A. Guess, Nagler, and Tucker 2019; Ha, Andreu Perez, and Ray 2019; Hansen and Lim 2018; Lazer et al. 2018; Montero-Liberona and Halpern 2019; Nelson and Taneja 2018; Pennycook and Rand 2019).

FALSE FLAG: es un tipo de teoría de la conspiración. Describen “operaciones encubiertas” planificadas para parecer que son realizadas por determinados individuos o grupos, escondiendo los verdaderos responsables (Dobrevá, Grinnell, and Innes 2020, 11). Las false flags prosperan especialmente en contextos “febriles y cargados de emociones” (Ibid, 12).

FAMILIARITY BACKFIRE EFFECTS: cuando la corrección de una información falsa hace con que esta parezca más familiar (el rol de la repetición es clave). Sería consecuencia del efecto de verdad ilusoria (Wittenberg and Berinsky 2020).

FEARMONGER: cuentas difusoras de (des)información sobre crisis fabricadas (ej. brotes inexistentes de Ébola en Atlanta, fuga de fósforo en Idaho, accidentes de plantas nucleares) (Linville and Warren 2020).

FILTER BUBLES: cámaras de eco creadas algorítmicamente. Los algoritmos miden de modo selectivo cuál información un usuario/a quiere obtener a partir de los datos de este mismo usuario (ej. historial de navegación, compras, noticias que buscó) (Bakir and McStay 2018).

FLOODING: cuando regímenes autoritarios se aprovechan de la posibilidad que cualquiera puede publicar en las redes sociales, para promover su propia agenda. El flooding es “ahogar” las pautas de los opositores. Para eso, pueden usar bots, hashtags, pagar para difundir estratégicamente a los mensajes (microtargeting), etc. (Tucker et al. 2017).

G

GAMEGATERS: comunidad online de gamers politizados que ataca estratégicamente a medios feministas y las desarrolladoras de juegos. A pesar de que muchos de los geeks hombres tienen privilegios de raza (blanco) y género (masculino) se consideran oprimidos (sea por no seguir determinado patrón estético, o por no conseguir tener una relación romántica, etc.) (2017, 7). Se posicionan como víctimas de la sociedad, en especial de las feministas (Marwick and Lewis 2017).

GRUPOS DE ODIOS E IDEÓLOGOS: grupos de supremacistas/nacionalistas blancos. Entre ellos, los autores citan el Alt-right. Hacen parte del espacio de la manosphere (Marwick y Lewis 2017).

H

HASHTAG GAMER: cuentas dedicadas a jugar juegos de hashtag (un juego de palabras popular en Twitter). Los usuarios/as publican un hashtag en un Twitter y luego responden a la pregunta implícita. Es posible que estos tuits funcionen “como un camuflaje, como un medio para acumular seguidores, o ambos” (Linville and Warren 2020).

HOMOFILIA: cuando las personas se conectan con otras que comparten sus intereses y características (ej. actitudes políticas). Las personas hacen esto para evitar la incomodidad psicológica de situaciones que cuestionan sus creencias (Shin et al. 2017).

I

INCELS: célibes involuntarios (Marwick y Lewis 2017). Subcultura de la manosphere.

INFORMACIÓN DE COMBATE: información que alimenta el debate político. Puede tratarse de fake news u otra forma de distorsión (Moretto y Ortellado 2018, 73). Ej.: enmarcar de forma conveniente las noticias, utilizar titulares sensacionalistas, sacar un hecho de su contexto, exagerar, especular. Este concepto se aplica no solo a páginas web de fake news, pero igualmente a grandes medios de comunicación tradicionales (Ibid.).

INFORMATION WARFARE: uso manipulativo de la información para conseguir objetivos militares y políticos (Thorton 2015 en Golovchenko et al. 2020). En el caso ruso, se usó para sembrar duda y discordia (Lucas y Nimmo 2015 en Golovchenko et al. 2020).

INFLUENCIA CONTINUA: cuando, a pesar de recordar haber escuchado una corrección o retractación, los individuos siguen siendo influenciados por la información falsa (Gaumont, Panahi, and Chavalarías 2018; Wittenberg and Berinsky 2020). De acuerdo con la teoría del modelo mental, los seres humanos construyen modelos de fenómenos externos, los cuáles serían actualizados en la medida en que reciben nueva información. Por otro lado, muchas veces las correcciones dificultan la coherencia interna de estos modelos mentales. Este mecanismo explicaría el efecto de influencia continua (Wittenberg and Berinsky 2020). Esta influencia continua ocurre incluso con la desinformación no-politizada (Swire et al. 2017).

J

JUICIO DE IMPLAUSIBILIDAD: cuando un individuo juzga que es imposible que la información sea verídica. Limita el efecto de la de verdad ilusoria (Pennycook, Cannon, and Rand 2018).

JUNK NEWS: información intencionalmente engañosa/incorrecta “empaquetada como noticias reales” (Bradshaw et al. 2012, 2). No siempre son ilegales o incumplen con los términos de uso establecidos por las redes sociales (Bradshaw et al. 2019; Li 2020). “Información ideológicamente extrema, engañosa y objetivamente incorrecta” (Marchal et al. 2019, 1).

L

LEFT TROLL: trolls que propagan mensajes sobre identidad cultural, racial, de género, sexual y religiosa. “Así como el troll de la derecha ataca a los políticos republicanos de la corriente mainstream, el troll de la izquierda ataca a los políticos demócratas de la corriente princ mainstream, en particular a Hillary Clinton” (Linville and Warren 2020, 6).

M

MANOSPHERE: conjunto de blogs, foros y páginas web dedicado a “discutir la masculinidad” (Marwick and Lewis 2017, 13). Incluye a diversas subculturas: activistas por los derechos de los hombres (MRA), los artistas pick-up (PUA), antifeministas, grupos de derechos del padre, los “incels”, los andrófilos, paleo-masculinistas. Media nihilism: “percepción sesgada de los medios de comunicación” (Van Duyn and Collier 2019, 21). Los individuos asumirán que un hecho reportado es falso incluso si están “frente a la verdad”. Media skepticism: falta de confianza en los medios de comunicación, se “cuestiona la justicia de las noticias falsas y reales” (Van Duyn and Collier 2019, 21).

MEDIOS DE NOTICIAS HIPERPARTIDISTAS: medios de comunicación que producen “información de combate”, sea esta fake news u otra forma de distorsión (Moretto Ribeiro and Ortellado 2018, 76). Ej.: enmarcar de forma conveniente las noticias, utilizar titulares sensacionalistas, sacar un hecho de su contexto, exagerar, especular. Este concepto se aplica no solo a páginas web de fake news, pero igualmente a grandes medios de comunicación tradicionales (Moretto y Ortellado 2018). Están orientados a “ofrecer información que confirme la identidad a las audiencias partidistas” (Benkler, Faris, and Roberts 2018, 77).

MEDIOS OBJETIVOS: medios de comunicación que “(...) luchan por la precisión y aspiran a la neutralidad” (Benkler 2018, 77).

MICROTARGETING POLÍTICO ONLINE: investigación sobre electores basada en datos (demográficos, de hábitos de consumo y estilo de vida) a fin de producir publicidad política personalizada. A través del microtargeting, partidos y candidatos/as pueden identificar a los votantes más “convencibles”, además de hacer coincidir su mensaje con los “intereses

específicos y las vulnerabilidades de estos votantes” (Borgesius 2018, 82). Se encuadra dentro de la publicidad conductual (behavioural advertising) política (Borgesius et al. 2018).

MISINFORMATION: “intercambio inadvertido en línea de información falsa” (Bakir and McStay 2018, 6). Información falsa que es creada durante la evolución de un evento o actualización de la información sin la intención de engañar (Guo et al. 2020). Inducción involuntaria al error (Rossini et al. 2020).

MISPERCEPTION: creencias sobre hechos falsos o que contradicen la mejor evidencia disponible en el dominio público, sean estas creencias autoformadas (a través de errores cognitivos, sesgos, etc.), o inducidas por fuentes externas. Las percepciones equivocadas se diferencian de la ignorancia, porque las personas creen en ellas con un alto grado de certeza. Las percepciones, rumores y teorías conspirativas pueden ser analizadas como misperceptions a pesar de ser fenómenos distintos entre sí (Flynn, Nyhan, and Reifler 2017).

N

NARRACIÓN: “(...) una de las formas más antiguas de comunicación y entretenimiento” (McDermott 2019, 4). Contar historias (a). puede ser una herramienta para la construcción de comunidad y de la idea de futuro en conjunto, (b). genera explicaciones y expectativas con coherencia, (c). crea conocimiento compartido.

NOTICIAS CONFIRMATORIAS: noticias que confirman la visión previa de la realidad de los lectores, otorgándoles utilidad psicológica. El dilema de los consumidores de información es que, además de la utilidad psicológica, también desean saber la verdad (Allcott and Gentzkow 2017).

P

PALEOMASCULINISTAS: grupos online que hacen parte de la manosphere. Creen que la dominación masculina es un hecho natural (Marwick y Lewis 2017).

PESCA DE SEGUIDORES (FOLLOWER FISHING): cuentas falsas que siguen grandes cantidades de personas para lograr que les sigan de vuelta, y luego dejar de seguir las (Dawson and Innes 2019).

POLARIZACIÓN ONLINE: resulta del sesgo de confirmación, sumado al sesgo de desconfirmación (Bennett and Livingston 2020).

POLARIZACIÓN POLÍTICA AFECTIVA: “(...) tendencia a tener aversión a las personas que apoyan a diferentes partidos políticos” (Rojas and Valenzuela 2019, 655).

POSVERDAD: aumento de la importancia de la efectividad de un discurso político y declive de la importancia dada a su veracidad (Chambers 2020). Circunstancia en la cual los individuos consideran que “la opinión es tan legítima como los hechos objetivos, o cuando sopesan los factores emocionales tanto como la evidencia estadística” (McDermott 2019, 2). Cuando la posverdad predomina, aunque “entre una minoría significativa del público”, pueden influenciar fuertemente a los debates sobre políticas públicas, así como el comportamiento del votante (Ibid.).

PRE-PROPAGANDA: propaganda que no está relacionada con un mensaje político, pero que pretende cultivar legitimidad y movilizar para posteriormente dirigir un mensaje político (Golovchenko et al. 2020).

PROFETAS DIGITALES: propagadores de valores, creencias e ideas que pueden influenciar a otros usuarios en distintos niveles. Buscan influencia entre las comunidades online establecidas (ej. pro y anti Brexit) (Dobrevá, Grinnell, and Innes 2020, 16).

PROPAGANDA: intento deliberado y sistemático de formar las percepciones, manipular la cognición y dirigir el comportamiento para obtener una respuesta conforme a la inteciones del propagandista (Jowett y Odonnell 2014 en Golovchenko et al. 2020). Hay dos tipos: a. propaganda blanca, o el uso de información verídica de fuentes abiertas; b. propaganda negra, la comunicación intencionadamente engañosa o falta de veracidad, en la que la verdadera fuente de información está escondida (Golovchenko et al. 2020).

PROPAGANDA COMPUTACIONAL: “(...) uso de automatización, algoritmos y análisis de big data para manipular la vida pública” (Howard & Woolley, 2016 en Bradshaw y Howard 2018, 4).

PROPAGANDA FEEDBACK LOOPS: cuando las élites políticas crecen adentro del ecosistema de la información partidista, alinean su retórica a este tipo de noticias y a su respectiva audiencia. En Estados Unidos, este esquema empieza en la década de 1990 operando en la derecha del espectro ideológico (ej. llegada de la Fox News) (Benkler, Faris, and Roberts 2018).

PROPAGANDA PIPELINE: impulsar la desinformación desde páginas web marginales hacia la amplia circulación (McKay and Tenove 2020).

PUBLICIDAD CONDUCTUAL (BEHAVIOURAL ADVERTISING): “técnica de marketing moderna que implica el seguimiento del comportamiento en línea de las personas para utilizar la información recopilada a fin de mostrar anuncios dirigidos individualmente” (Borgesius et al. 2018, 82). El microtargeting online es un tipo de publicidad conductual.

PUBLICIDAD NATIVA: “(...) publicidad que se presenta como informes de noticias en los medios de comunicación” (Egelhofer and Lecheler 2019, 5). Es fáctica, pero sesgada, una vez que destaca solamente las características positivas del producto vendido.

R

REALITY-CHECK DYNAMIC: los individuos buscarían en las noticias dos objetivos: informarse y confirmar su identidad y valores, evitando informaciones que sean cognitivamente desconfortables. En este contexto, muchos medios de comunicación tradicionales han buscado informar a partir de una postura más neutral. Sin embargo, los medios de comunicación online han afectado a esta estructura, atrayendo una parte de la audiencia, fuertemente partidista, a partir de la circulación de noticias que confirmen sus valores e identidad. Simultáneamente, se constituye una narrativa de que, por lo tanto, los medios tracionales mienten (Benkler 2018).

RAZONAMIENTO MOTIVADO: tendencia de ser más escepticos/as frente a la información que contradice nuestras preferencias, mientras que es más probable que aceptemos información que las confirman. Ej.: Ditto y López (1992) en Nyhan (2020), muestran que las personas que reciben noticias médicas no deseadas tienen más probabilidades de cuestionar el resultado. Este fenómeno sería particularmente significativo en la política, porque los individuos nor-

malmente poseen fuertes preferencias direccionales (tanto con relación a partidos, como a candidatos), además de carecer de evidencias “que resuelvan disputas fácticas” (Nyhan 2020, 226).

RESILIENCIA (ONLINE): capacidad de grupos de personas de unirse en una comunidad o nación, para sostener y promover su bienestar frente a sus desafíos. Un país más resiliente es un país en el que sus ciudadanos van a resistir el consumo, incorporación y disseminación de información de baja calidad y, en algunos casos, lo contrarrestarán (Humprecht, Esser, and Van Aelst 2020).

RIGHT TROLL: propagan mensajes nativistas y populistas de derecha. Emplean hashtags utilizadas por usuarios/as reales de Twitter (Linville y Warren 2020).

RUMOR: información sin fundamento, que puede o no usar información falsa (Berinsky 2015; Starbird et al. 2014), cuyas características centrales son la falta de evidencia y su “transmisión social generalizada” (Berinsky, 2017 en Egelhofer y Lecheler 2019). Se propagan en contextos de ambigüedad, peligro o potencial amenaza y que funciona para ayudar a las personas a entender o gestionar el riesgo (DiFonzo y Bordia 2006 en Flynn y Reifler 2017). Circulan a través de canales de comunicación extraoficiales, pues no confirmados públicamente por ninguna fuente oficial (Shin et al. 2017).

S

SELF-SEALING QUALITY: una de las características centrales de las teorías de la conspiración. “(...) los mismos argumentos que las originan y dan cuenta de su plausibilidad, hacen que sea más difícil para los outsiders refutarlas o incluso cuestionarlas” (Sunstein and Vermeule 2009, 207).

SESGO DE DESCONFIRMACIÓN (ESCEPTICISMO MOTIVADO): tendencia humana a rechazar la información no alineada con creencias anteriores (Bennett and Livingston 2020).

SESGO DE AUTOMATIZACIÓN: tendencia humana a utilizar la automatización en la toma de decisiones como un “reemplazo heurístico de la búsqueda de información vigilante, la verificación cruzada y la su-

pervisión adecuada del procesamiento [de información, datos]” (Johnson 2020, 6).

SESGO DE CONFIRMACIÓN: tendencia a considerar la información consistente con las opiniones propias preexistentes como más persuasiva que la información disonante (Bakir and McStay 2018; Lazer et al. 2018).

SESGO DE DESEABILIDAD: cuando los individuos se inclinan a aceptar información que les agrada (Lazer et al 2018).

SESGO DE FAMILIARIDAD: tendencia a recordar la información, o sus emociones respecto a esta información, olvidándose del contexto en la cual esta se insertaba. Normalmente, existe mayor chance de que la información familiar sea aceptada como verdadera (Lazer et al 2018).

SESGO EFECTIVO: cobertura de noticias políticamente desequilibrada y, por tanto, presenta información diseñada de tal modo que avanza en la agenda de un partido político, mientras que denigra a la oposición (Kelly 2019).

SESGO PERCIBIDO: sensación del consumidor de que la fuente noticiosa no es objetiva (Kelly 2019).

SINISTER ATTRIBUTION ERROR: situación en que, bajo un “escrutinio generalizado”, los individuos “atribuyen motivos personalistas a los outsiders y sobrestiman la cantidad de atención que reciben. Las acciones benignas que perjudican al grupo se toman como complots intencionados, destinados a hacer daño” (Sunstein and Vermeule 2009, 218).

SOCK PUPPETS: cuentas falsas operadas por humanos (McKay and Tenove 2020).

SOURCE BLINDNESS: ocurre cuando los/as usuarios/as de las redes “no aplican los atajos interpretativos que de otro modo usarían para evaluar la credibilidad de la fuente” (Pearson 2020 en McKay y Tenove 2020).

STEALTH DEMOCRACY: “(...) un tipo de democracia en la que los/as ciudadanos/as no se involucran en la política de forma rutinaria” (van Kessel, Sajuria, and Van Hauwaert 2020, 4). Por ejemplo, solamente harían parte del debate público en épocas electorales.

T

TEORÍA CONSPIRATIVA: dichos que buscan explicar un evento o práctica haciendo referencia a maquinaciones de personas poderosas que buscarían ocultar su papel (Sunstein y Vermeule 2009). Son difíciles de verificar como verdaderas o falsas, “y generalmente son originadas por personas que creen que son ciertas” (Allcott y Gentzkow 2017, 214). Es una herramienta usada por los individuos para “dar sentido a asuntos complejos [usando una simplificación extrema] y ofrecen una fuente personificada (es decir, 'personas poderosas') de injusticia y dolor en el mundo” (Bale, 2007 en Egelhofer y Lecheler 2019, 6). Normalmente se genera un efecto polarizador y de cámara de eco en estos grupos conspiradores, donde los/as usuarios/as más escépticos se van y quedan solamente los creyentes de las mismas ideas (Marwick y Lewis 2017).

TROLLEAR (TROLLING): desde bromas inofensivas hasta acciones cuyo objetivo es destruir la reputación de individuos y/o organizaciones en el ambiente digital. El trolleo a los medios de comunicación tradicionales es común, lo que a menudo es usado como justificación de su comportamiento. Los trolls suelen afirmar que trolleando los medios, ellos están exponiendo su “hipocresía, ignorancia y estupidez” (Marwick y Lewis 2017, 4). No busca cambiar puntos de vista, pero reforzar una narrativa apelando a las emociones. Tampoco tiene la intención de “ser una voz autorizada, sino de una voz de base, cerrando a los/as oponentes y manipulando el debate público, mientras hace que parezca que se origina en personas reales” (Aro 2016, 121 en Hansen y Lim 2018, 6).

V

VIRAL LIFT: dinámica bajo la cual los/as amigas/os de un individuo pueden ver como este interactúa con un bloque de anuncios “como lo harían con cualquier otro contenido en sus feeds de noticias (ya sea con Me gusta, comentando o compartiendo)” (Starr 2020, 83).

VERDAD ILUSORIA (ILLUSORY TRUTH EFFECT): cuando ocurre una exposición/ repetición a una información, se incrementa la probabilidad de que ella sea considerada cierta en el futuro (McDermott 2019; Pennycook, Cannon, and Rand 2018; Wittenberg and Berinsky 2020). Asimismo, la dificultad de procesar

determinada información afectaría su “autenticidad percibida” (Wittenberg and Berinsky 2020, 176).

W

WORLDVIEW BACKFIRE EFFECTS: cuando las correcciones de una información son antagónicas a las actitudes y creencias anteriores de los individuos, estas pueden “reforzar las creencias en la información errónea original” (Wittenberg 2020, 163). Según teorías del razonamiento motivado (theories of motivated reasoning), este efecto se explicaría por dos procesos: a. el sesgo de confirmación, es decir, la tendencia a interpretar una información de forma que confirme las creencias preexistentes de las personas; y b. El sesgo de desconfirmación: al exponerse a información que va en contra sus creencias, los individuos tienden a recordar contraargumentos (que normalmente cuestionan una corrección). (Wittenberg et al 220).

Referencias

- Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives* 31(2): 211–36.
- Allcott, Hunt, Matthew Gentzkow, and Chuan Yu. 2019. "Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media." *Research & Politics* 6(2): 1–8. <https://doi.org/10.1177/2053168019848554>.
- Allen, Jennifer et al. 2020. "Evaluating the Fake News Problem at the Scale of the Information Ecosystem." *Science Advances* 6(14): 1–7.
- Aral, Sinan, and Dean Eckles. 2019. "Protecting Elections from Social Media Manipulation." *Science* 365(6456): 858–61.
- Arnaudo, Dan. 2017. "Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections." *Computational Propaganda Research Project* 8: 1–39. https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:e88de32c-baaa-4835-bb76-e00473457f46/download_file?file_format=pdf&safe_filename=Comprop-Brazil-1.pdf&type_of_work=Working+paper.
- Aruguete, Natalia, Ernesto Calvo, and Tiago Ventura. 2019a. News by Popular Demand: Ideology, Reputation, and Issue Attention in Social Media News Sharing.
- . 2019b. Polarization, News Sharing, and Gatekeeping: A Study of the #Bolsonaro Election.
- Bakir, Vian, and Andrew McStay. 2018. "Fake News and The Economy of Emotions." *Digital Journalism* 6(2): 154–75. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>.
- Bastos dos Santos, João Guilherme et al. 2019. "WhatsApp, Política Mobile e Desinformação: A Hidra Nas Eleições Presidenciais de 2018." *Comunicação & Sociedade* 41(2): 307.
- Baum, Matthew, and Philip Potter. 2019. "Media, Public Opinion, and Foreign Policy in the Age of Social Media." *The Journal of Politics* 81(2): 747–56.
- Van Bavel, Jay J., and Andrea Pereira. 2018. "The Partisan Brain: An Identity-Based Model of Political Belief." *Trends in Cognitive Sciences* 22(3): 213–24. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2018.01.004>.
- Benkler, Yochai. 2020. "A Political Economy of the Origins of Asymmetric Propaganda in American Media." In *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*, eds. W. Lance Bennett and Steven Livingston. Cambridge: Cambridge University Press, 43–67.
- Benkler, Yochai, Robert Faris, and Hal Roberts. 2018. "The Propaganda Feedback Loop." In *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*, New York: Oxford University Press, 75–99.
- Bennett, W. Lance, and Steven Livingston. 2020a. "A Brief History of the Disinformation Age Information Wars and the Decline of Institutional Authority." In *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*, eds. W. Lance Bennett and Steven Livingston. Cambridge: Cambridge University Press, 3–43.
- . 2020b. "The Origins and Importance of Political Disinformation." In *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*, eds. W. Lance Bennett and Steven Livingston. Cambridge: Cambridge University Press, xv–xxv. <https://www.cambridge.org/core/books/disinformation-age/1F475119C7C4693E514C249E0F0F997>.
- Berinsky, Adam J. 2015. "Rumors and Health Care Reform: Experiments in Political Misinformation." *British Journal of Political Science* 47(2): 241–62.
- Borgesius, Frederik J. Zuiderveen et al. 2018. "Online Political Microtargeting: Promises and Threats for Democracy." *Utrecht Law Review* 14(1): 82–96.
- Bradshaw, Samantha, and Philip N Howard. 2018. "Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation." *Journal of International Affairs* 71: 3–25. <https://www.jstor.org/stable/26508115>.
- Bradshaw, Samantha, Philip N Howard, Bence Kollanyi, and Lisa-Maria Neudert. 2019. "Sourcing and Automation of Political News and Information over Social Media in the United States, 2016–2018." *Political Communication* 37(2): 1–22. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1663322>.
- Brewer, Paul R., Dannagal Goldthwaite Young, and Michelle Morreale. 2013. "The Impact of Real News about 'Fake News': Intertextual Processes and Political Satire." *International Journal of Public Opinion Research* 25(3): 323–43.
- Brummette, John, Marcia DiStaso, Michail Vafeiadis, and Marcus Messner. 2018. "Read All About It: The Politicization of 'Fake News' on Twitter." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 95(2): 497–517.
- Calvert, Clay, and Austin Vining. 2018. "Filtering Fake News Through A Lens of Supreme Court Observations and Adages." *First Amendment Law Review* 16: 153–77.
- Chambers, Simone. 2020. "Truth, Deliberative Democracy, and the Virtues of Accuracy: Is Fake News Destroying the Public Sphere?" *Political Studies*: 1–17.
- Clayton, Katherine et al. 2019. "Real Solutions for Fake News? Measuring the Effectiveness of General Warnings and Fact-Check Tags in Reducing Belief in False Stories on Social Media." *Political Behavior*.
- Cook, John, Stephan Lewandowsky, and Ullrich K.H. Ecker. 2017. "Neutralizing Misinformation through Inoculation: Exposing Misleading Argumentation Techniques Reduces Their Influence." *PLoS ONE* 12(5): 1–21.
- Corner, John. 2017. "Fake News, Post-Truth and Media–Political Change." *Media, Culture and Society* 39(7): 1100–1107.
- Dawson, Andrew, and Martin Innes. 2019. "How Russia's Internet Research Agency Built Its Disinformation Campaign." *Political Quarterly* 90(2): 245–56.
- Day, Amber, and Ethan Thompson. 2012. "Live From New York, It's the Fake News! Saturday Night Live and the (Non) Politics of Parody." *Popular Communication* 10(1–2): 170–82.
- Dobrev, Diyana, Daniel Grinnell, and Martin Innes. 2020. "Prophets and Loss: How 'Soft Facts' on Social Media Influenced the Brexit Campaign and Social Reactions to the Murder of Jo Cox MP." *Policy and Internet* 12(2): 144–64. <http://dx.doi.org/10.1002/poi3.203>.
- Egelhofer, Jana Laura, and Sophie Lecheler. 2019. "Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda." *Annals of the International Communication Association* 43(2): 97–116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>.
- Emanuelson, Eric. 2018. "Fake Left, Fake Right: Promoting an Informed Public in the Era of Alternative Facts." *Administrative Law Review* 70(1): 209–32.
- Farkas, Johan, and Jannick Schou. 2018. "Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood." *Javnost* 25(3): 298–314.
- Farooq, Gowhar. 2018. "Politics of Fake News: How WhatsApp Became a Potent Propaganda Tool in India." *Media Watch* 9(1): 106–17.
- Flynn, D. J., Brendan Nyhan, and Jason Reifler. 2017. "The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs About Politics." *Political Psychology* 38(1): 127–50.
- Freelon, Deen, and Chris Wells. 2020. "Disinformation as Political Communication." *Political Communication* 37(2): 145–56. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>.
- Funke, Daniel, and Daniela Flamini. 2020. "A Guide to Anti-Misinformation Actions around the World." Poynter: 1–56. <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>.

- Furman, Ivo, and Asli Tunç. 2020. "The End of the Habermasian Ideal? Political Communication on Twitter During the 2017 Turkish Constitutional Referendum." *Policy & Internet* 12(3): 311–31. <https://doi.org/10.1002/poi3.218>.
- Garrett, R. Kelly. 2011. "Troubling Consequences of Online Political Rumoring." *Human Communication Research* 37(2): 255–74.
- Gaumont, Noé, Maziyar Panahi, and David Chavalarias. 2018. "Reconstruction of the Socio-Semantic Dynamics of Political Activist Twitter Networks—Method and Application to the 2017 French Presidential Election." *PLoS ONE* 13(9): 1–38.
- Golovchenko, Yevgeniy et al. 2020. "Cross-Platform State Propaganda: Russian Trolls on Twitter and YouTube during the 2016 U.S. Presidential Election." *International Journal of Press/Politics* 25(3): 1–33.
- Gordon, Mordechai. 2018. "Lying in Politics: Fake News, Alternative Facts, and the Challenges for Deliberative Civics Education." *Educational Theory* 68(1): 49–64.
- Guess, Andrew et al. 2019. "Fake News, Facebook Ads, and Misperceptions: Assessing Information Quality in the 2018 U.S. Midterm Election Campaign." : 1–36. <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2018.pdf>.
- Guess, Andrew M., and Benjamin A. Lyons. 2020. "Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda." In *Social Media and Democracy The State of the Field, Prospects for Reform*, eds. Nathaniel Persily and Joshua A. Tucker. Cambridge: Cambridge University Press, 34–56.
- Guess, Andrew, Jonathan Nagler, and Joshua Tucker. 2019. "Less than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook." *Science Advances* 32(2): 1–9.
- Guo, Bin et al. 2020. "The Future of False Information Detection on Social Media: New Perspectives and Trends." *ACM Computing Surveys* 53(4): 1–36.
- Ha, Louisa, Loarre Andreu Perez, and Rik Ray. 2019. "Mapping Recent Development in Scholarship on Fake News and Misinformation, 2008 to 2017: Disciplinary Contribution, Topics, and Impact." *American Behavioral Scientist*: 1–26. <https://doi.org/10.1177/0002764219869402>.
- Hansen, Isabella, and Darren J. Lim. 2018. "Doxing Democracy: Influencing Elections Via Cyber Voter Interference." *Contemporary Politics*: 1–18.
- Humprecht, Edda, Frank Esser, and Peter Van Aelst. 2020. "Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research." *International Journal of Press/Politics* 25(3): 1–24.
- Johnson, James. 2020. "Delegating Strategic Decision-Making to Machines: Dr. Strangelove Redux?" *Journal of Strategic Studies*: 1–39. <https://doi.org/10.1080/01402390.2020.1759038>.
- Karpf, Dave. 2020. "How Digital Disinformation Turned Dangerous." In *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*, eds. W. Lance Bennett and Steven Livingston. Cambridge: Cambridge University Press, 153–68.
- van Kessel, Stijn, Javier Sajuria, and Steven M Van Hauwaert. 2020. "Informed, Uninformed or Misinformed? A Cross-National Analysis of Populist Party Supporters across European Democracies." *West European Politics*: 1–26. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1700448>.
- Khaldarova, Irina, and Mervi Pantti. 2016. "Fake News: The Narrative Battle over the Ukrainian Conflict." *Journalism Practice* 10(7): 891–901. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237>.
- Kuklinski, James H et al. 2014. "Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship." *The Journal of Politics* 62(3): 790–816.
- Lazer, David M. J. et al. 2018. "The Science of Fake News." *Science* 359(6380): 1094–96.
- Lewandowsky, Stephan, Ullrich K.H. Ecker, and John Cook. 2017. "Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the 'Post-Truth' Era." *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 6(4): 353–69. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
- Li, Jianing. 2020. "Toward a Research Agenda on Political Misinformation and Corrective Information." *Political Communication* 37(1): 125–35. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1716499>.
- Linville, Darren L, and Patrick L Warren. 2020. "Troll Factories: Manufacturing Specialized Disinformation on Twitter." *Political Communication* 37(4): 447–67. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1718257>.
- Marwick, Alice, and Rebecca Lewis. 2017. "Media Manipulation and Disinformation Online." *Data & Society*: 1–104.
- McDermott, Rose. 2019. "Psychological Underpinnings of Post-Truth in Political Beliefs." *PS - Political Science and Politics* 52(2): 218–22.
- McKay, Spencer, and Chris Tenove. 2020. "Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy." *Political Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>.
- Mena, Paul. 2020. "Cleaning Up Social Media: The Effect of Warning Labels on Likelihood of Sharing False News on Facebook." *Policy and Internet* 12(2): 165–83. <http://dx.doi.org/10.1002/poi3.214>.
- Miller, Michael L., and Cristian Vaccari. 2020. "Digital Threats to Democracy: Comparative Lessons and Possible Remedies." *International Journal of Press/Politics* 25(3): 1–24.
- Montero-Liberona, Claudia, and Daniel Halpern. 2019. "Factores Que Influyen En Compartir Noticias Falsas de Salud Online." *El profesional de la información* 28(3): 1–10.
- Moretto Ribeiro, Márcio, and Pablo Ortellado. 2018. "Lo Que Son y Cómo Lidar Con Las Noticias Falsas." *Sur* 15(7): 71–84.
- Munger, Kevin. 2020. "All the News That's Fit to Click: The Economics of Clickbait Media." *Political Communication* 37(3): 376–97. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1687626>.
- Nelson, Jacob L., and Harsh Taneja. 2018. "The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption." *New Media and Society* 20(10): 3720–37.
- Nyhan, Brendan. 2010. "Why the 'Death Panel' Myth Wouldn't Die: Misinformation in the Health Care Reform Debate." *The Forum* 8(1): Article 5.
- . 2020. "Facts and Myths about Misperceptions." *Journal of Economic Perspectives* 34(3): 220–36.
- Paul, Christopher, and Miriam Matthews. 2016. "The Russian 'Firehose of Falsehood' Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It." RAND Corporation: 3–15. <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>.
- Pennycook, Gordon, and David G Rand. 2019. "Lazy, Not Biased: Susceptibility to Partisan Fake News Is Better Explained by Lack of Reasoning than by Motivated Reasoning." *Cognition* 188: 39–50. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001002771830163X>.
- Porter, Ethan, Thomas J. Wood, and David Kirby. 2018. "Sex Trafficking, Russian Infiltration, Birth Certificates, and Pedophilia: A Survey Experiment Correcting Fake News." *Journal of Experimental Political Science* 5(2): 159–64.
- Rojas, Hernando, and Sebastián Valenzuela. 2019. "A Call to Contextualize Public Opinion-Based Research in Political Communication." *Political Communication* 36(4): 652–59. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1670897>.
- Ross, Andrew S., and Damian J. Rivers. 2018. "Discursive Deflection: Accusation of 'Fake News' and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump." *Social Media and Society* 4(2).

- Rossini, Patrícia, Jennifer Stromer-Galley, Erica Anita Baptista, and Vanessa Veiga de Oliveira. 2020. "Dysfunctional Information Sharing on WhatsApp and Facebook: The Role of Political Talk, Cross-Cutting Exposure and Social Corrections." *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820928059>.
- Schaffner, Brian F., and Samantha Luks. 2018. "Misinformation or Expressive Responding? What an Inauguration Crowd Can Tell Us about the Source of Political Misinformation in Surveys." *Public Opinion Quarterly* 82(1): 135–47.
- Schulz, Anne, Werner Wirth, and Philipp Müller. 2020. "We Are the People and You Are Fake News: A Social Identity Approach to Populist Citizens' False Consensus and Hostile Media Perceptions." *Communication Research* 47(2): 201–26.
- Shao, Chengcheng, Pik Mai Hui, et al. 2018. "Anatomy of an Online Misinformation Network." *PLoS ONE* 13(4): 1–24.
- Shao, Chengcheng, Giovanni Luca Ciampaglia, et al. 2018. "The Spread of Low-Credibility Content by Social Bots." *Nature Communications* 9(4787): 1–9. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>.
- Shin, Jieun, Lian Jian, Kevin Driscoll, and François Bar. 2017. "Political Rumoring on Twitter during the 2012 US Presidential Election: Rumor Diffusion and Correction." *New Media and Society* 19(8): 1–22.
- . 2018. "The Diffusion of Misinformation on Social Media: Temporal Pattern, Message, and Source." *Computers in Human Behavior* 83: 278–87. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563218300669>.
- Sindermann, Cornelia, Andrew Cooper, and Christian Montag. 2020. "A Short Review on Susceptibility to Falling for Fake Political News." *Current Opinion in Psychology* 36: 44–48.
- Song, Melodie Yun-JU, and Anatoliy Gruzd. 2017. "Examining Sentiments and Popularity of Pro- and Anti-Vaccination Videos on YouTube." In *The 8th International Conference on Social Media & Society*, New York, 1–8.
- Starbird, Kate et al. 2014. "Rumors, False Flags, and Digital Vigilantes: Misinformation on Twitter after the 2013 Boston Marathon Bombing." In *ICConference*, , 654–62.
- Sunstein, Cass R., and Adrian Vermeule. 2009. "Symposium on Conspiracy Theories: Conspiracy Theories: Causes and Cures." *Journal of Political Philosophy* 17(2): 202–27.
- Tucher, Andie. 2020. "Fake News: History and Evolution." In *Ciclo: El Futuro Del Periodismo*, Santiago de Chile: Columbia Journalism School, Escuela de Periodismo UDP y Columbia Global Centers.
- Tucker, Joshua A., Yannis Theocharis, Margaret E. Roberts, and Pablo Barberá. 2017. "From Liberation to Turmoil: Social Media and Democracy." *Journal of Democracy* 28(4): 46–59.
- Valenzuela, Sebastián, Daniel Halpern, James E. Katz, and Juan Pablo Miranda. 2019. "The Paradox of Participation Versus Misinformation: Social Media, Political Engagement, and the Spread of Misinformation." *Digital Journalism* 7(6): 802–23.
- Vargo, Chris J., Lei Guo, and Michelle A. Amazeen. 2018. "The Agenda-Setting Power of Fake News: A Big Data Analysis of the Online Media Landscape from 2014 to 2016." *New Media and Society* 20(5): 2028–49.
- Vraga, Emily K. 2019. "What Can I Do? How to Use Social Media to Improve Democratic Society." *Political Communication* 36(2): 315–23. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1610620>.
- Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. 2017. "Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making." Report to the Council of Europe: 108. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>.
- Wasserman, Herman. 2020. "Fake News from Africa: Panics, Politics and Paradigms." *Journalism* 21(1): 3–16.
- Weeks, Brian E., and Homero Gil de Zúñiga. 2019. "What's Next? Six Observations for the Future of Political Misinformation Research." *American Behavioral Scientist*: 1–13.
- Wittenberg, Chloe, and Adam J. Berinsky. 2020. "Misinformation and Its Correction." In *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*, eds. Nathaniel Persily and Joshua A. Tucker. Cambridge: Cambridge University Press, 163–99.
- Zimmermann, Fabian, and Matthias Kohring. 2020. "Mistrust, Disinforming News, and Vote Choice: A Panel Survey on the Origins and Consequences of Believing Disinformation in the 2017 German Parliamentary Election." *Political Communication* 37(2): 215–37. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1686095>.

Referencias secundarias

- Ahmed, H. (2017). Detection of Online Fake News Using N-Gram Analysis and Machine Learning Techniques. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10618, 127-138, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-319-69155-8_9
- Ajao, O. (2018). Fake news identification on Twitter with hybrid CNN and RNN models. *ACM International Conference Proceeding Series*, 226-230, doi:10.1145/3217804.3217917
- Aldwairi, M. (2018). Detecting fake news in social media networks. *Procedia Computer Science*, 141, 215-222, ISSN 1877-0509, doi:10.1016/j.procs.2018.10.171
- Alsyouf, M. (2019). 'Fake News' in urology: evaluating the accuracy of articles shared on social media in genitourinary malignancies. *BJU International*, 124(4), 701-706, ISSN 1464-4096, doi:10.1111/bju.14787
- Aphiwongsophon, S. (2019). Detecting fake news with machine learning method. *ECTI-CON 2018 - 15th International Conference on Electrical Engineering/Electronics, Computer, Telecommunications and Information Technology*, 528-531, doi:10.1109/ECTICon.2018.8620051
- Arif, N. (2018). Fake news or weak science? Visibility and characterization of antivaccine webpages returned by google in different languages and countries. *Frontiers in Immunology*, 9, ISSN 1664-3224, doi:10.3389/fimmu.2018.01215
- Atodiresei, C. (2018). Identifying Fake News and Fake Users on Twitter. *Procedia Computer Science*, 126, 451-461, ISSN 1877-0509, doi:10.1016/j.procs.2018.07.279
- Auberry, K. (2018). Increasing students' ability to identify fake news through information literacy education and content management systems. *Reference Librarian*, 59(4), 179-187, ISSN 0276-3877, doi:10.1080/02763877.2018.1489935
- Bajad, P. (2017). A to I editing in disease is not fake news. *RNA Biology*, 14(9), 1223-1231, ISSN 1547-6286, doi:10.1080/15476286.2017.1306173
- Balmas, M. (2014). When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research*, 41(3), 430-454, ISSN 0093-6502, doi:10.1177/0093650212453600
- Batchelor, O. (2017). Getting out the truth: the role of libraries in the fight against fake news. *Reference Services Review*, 45(2), 143-148, ISSN 0090-7324, doi:10.1108/RSR-03-2017-0006
- Berghel, H. (2017). Alt-News and Post-Truths in the 'Fake News' Era. *Computer*, 50(4), 110-114, ISSN 0018-9162, doi:10.1109/MC.2017.104
- Berghel, H. (2017). Lies, Damn lies, and fake news. *Computer*, 50(2), 80-85, ISSN 0018-9162, doi:10.1109/MC.2017.56
- Berkowitz, D. (2016). Miley, CNN and the onion: When fake news becomes realer than real. *Journalism Practice*, 10(1), 1-17, ISSN 1751-2786, doi:10.1080/17512786.2015.1006933
- Bhaskaran, H. (2017). Contextualizing Fake News in Post-truth Era: Journalism Education in India. *Asia Pacific Media Educator*, 27(1), 41-50, ISSN 1326-365X, doi:10.1177/1326365X17702277
- Bhatt, G. (2018). Combining Neural, Statistical and External Features for Fake News Stance Identification. *The Web Conference 2018 - Companion of the World Wide Web Conference, WWW 2018*, 1353-1357, doi:10.1145/3184558.3191577
- Bolton, D. (2017). Fake news and clickbait – natural enemies of evidence-based medicine. *BJU International*, 119, 8-9, ISSN 1464-4096, doi:10.1111/bju.13883
- Bondielli, A. (2019). A survey on fake news and rumour detection techniques. *Information Sciences*, 497, 38-55, ISSN 0020-0255, doi:10.1016/j.ins.2019.05.035

- Bovet, A. (2019). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*, 10(1), ISSN 2041-1723, doi:10.1038/s41467-018-07761-2
- Braun, J. (2019). Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism. *Digital Journalism*, 7(1), 1-21, ISSN 2167-0811, doi:10.1080/21670811.2018.1556314
- Brennen, B. (2017). Making sense of lies, deceptive propaganda, and fake news. *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 32(3), 179-181, ISSN 2373-6992, doi:10.1080/23736992.2017.1331023
- Brewer, P. (2013). The impact of real news about "fake news": Intertextual processes and political satire. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(3), 323-343, ISSN 0954-2892, doi:10.1093/ijpor/edt015
- Britt, M. (2019). A Reasoned Approach to Dealing With Fake News. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(1), 94-101, ISSN 2372-7322, doi:10.1177/2372732218814855
- Bronstein, M.V. (2019). Belief in Fake News is Associated with Delusionality, Dogmatism, Religious Fundamentalism, and Reduced Analytic Thinking. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 108-117, ISSN 2211-3681, doi:10.1016/j.jarmac.2018.09.005
- Buntain, C. (2017). Automatically Identifying Fake News in Popular Twitter Threads. *Proceedings - 2nd IEEE International Conference on Smart Cloud, SmartCloud 2017*, 208-215, doi:10.1109/SmartCloud.2017.40
- Buschman, J. (2019). Good news, bad news, and fake news: Going beyond political literacy to democracy and libraries. *Journal of Documentation*, 75(1), 213-228, ISSN 0022-0418, doi:10.1108/JD-05-2018-0074
- Campan, A. (2017). Fighting fake news spread in online social networks: Actual trends and future research directions. *Proceedings - 2017 IEEE International Conference on Big Data, Big Data 2017*, 2018, 4453-4457, doi:10.1109/BigData.2017.8258484
- Carlson, M. (2009). The reality of a fake image news norms, photojournalistic craft, and brian walski's fabricated photograph. *Journalism Practice*, 3(2), 125-139, ISSN 1751-2786, doi:10.1080/17512780802681140
- Carlson, M. (2020). Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. *Information Communication and Society*, 23(3), 374-388, ISSN 1369-118X, doi:10.1080/1369118X.2018.1505934
- Carrieri, V. (2019). Vaccine hesitancy and (fake) news: Quasi-experimental evidence from Italy. *Health Economics (United Kingdom)*, 28(11), 1377-1382, ISSN 1057-9230, doi:10.1002/hec.3937
- Chandra, Y. (2018). Higher education student behaviors in spreading fake news on social media: A case of LINE group. *Proceedings of 2017 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2017*, 2018, 54-59, doi:10.1109/ICIMTech.2017.8273511
- Choraś, M. (2018). Pattern recognition solutions for fake news detection. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11127, 130-139, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-319-99954-8_12
- Clayton, K. (2019). Real Solutions for Fake News? Measuring the Effectiveness of General Warnings and Fact-Check Tags in Reducing Belief in False Stories on Social Media. *Political Behavior*, ISSN 0190-9320, doi:10.1007/s11109-019-09533-0
- Colliander, J. (2019). "This is fake news": Investigating the role of conformity to other users' views when commenting on and spreading disinformation in social media. *Computers in Human Behavior*, 97, 202-215, ISSN 0747-5632, doi:10.1016/j.chb.2019.03.032
- Conroy, N. (2015). Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4, ISSN 2373-9231, doi:10.1002/pr2.2015.145052010082
- Cunha, E. (2018). Fake news as we feel it: Perception and conceptualization of the term "fake news" in the media. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11185, 151-166, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-030-01129-1_10
- Darbyshire, P. (2018). Fake news. Fake journals. Fake conferences. What we can do. *Journal of Clinical Nursing*, 27(9), 1727-1729, ISSN 0962-1067, doi:10.1111/jocn.14214
- Duyn, E. Van (2019). Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media. *Mass Communication and Society*, 22(1), 29-48, ISSN 1520-5436, doi:10.1080/15205436.2018.1511807
- Effron, D. (2020). Misinformation and Morality: Encountering Fake-News Headlines Makes Them Seem Less Unethical to Publish and Share. *Psychological Science*, 31(1), 75-87, ISSN 0956-7976, doi:10.1177/0956797619887896
- Eldridge, S. (2019). "Thank god for Deadspin": Interlopers, metajournalistic commentary, and fake news through the lens of "journalistic realization". *New Media and Society*, 21(4), 856-878, ISSN 1461-4448, doi:10.1177/1461444818809461
- Ellis, B. (2018). "fake news" in the contemporary legend dynamic. *Journal of American Folklore*, 131(522), 398-404, ISSN 0021-8715, doi:10.5406/jamerfolk.131.522.0398
- Farajtabar, M. (2017). Fake news mitigation via point process based intervention. *34th International Conference on Machine Learning, ICML 2017*, 3, 1823-1836
- Fielden, A. (2018). How users validate the information they encounter on digital content platforms: The production and proliferation of fake social media news, the likelihood of consumer exposure, and online deceptions. *Geopolitics, History, and International Relations*, 10(2), 51-57, ISSN 1948-9145, doi:10.22381/GHIR10220186
- Figueira, Á. (2017). The current state of fake news: Challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817-825, ISSN 1877-0509, doi:10.1016/j.procs.2017.11.106
- Flintham, M. (2018). Falling for fake news: Investigating the consumption of news via social media. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2018*, doi:10.1145/3173574.3173950
- Fourney, A. (2017). Geographic and temporal trends in fake news consumption during the 2016 US presidential election. *International Conference on Information and Knowledge Management, Proceedings, 2017-2018*, doi:10.1145/3132847.3133147
- Frank, R. (2015). Caveat Lector: Fake news as folklore. *Journal of American Folklore*, 128(509), 315-332, ISSN 0021-8715, doi:10.5406/jamerfolk.128.509.0315
- Frederiksen, L. (2017). Fake News. *Public Services Quarterly*, 13(2), 103-107, ISSN 1522-8959, doi:10.1080/15228959.2017.1301231
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117, ISSN 0824-2577, doi:10.22329/il.v38i1.5068
- Giglietto, F. (2019). 'Fake news' is the invention of a liar: How false information circulates within the hybrid news system. *Current Sociology*, 67(4), 625-642, ISSN 0011-3921, doi:10.1177/0011392119837536
- Gilda, S. (2018). Evaluating machine learning algorithms for fake news detection. *IEEE Student Conference on Research and Development: Inspiring Technology for Humanity, SCOREd 2017 - Proceedings, 2018*, 110-115, doi:10.1109/SCORED.2017.8305411
- Girgis, S. (2019). Deep Learning Algorithms for Detecting Fake News in Online Text. *Proceedings - 2018 13th International Conference on Computer Engineering and Systems, ICCES 2018*, 93-97, doi:10.1109/ICCES.2018.8639198

- Godazgar, H. (2019). Subleading BMS charges and fake news near null infinity. *Journal of High Energy Physics*, 2019(1), ISSN 1126-6708, doi:10.1007/JHEP01(2019)143
- Golbeck, J. (2018). Fake news vs satire: A dataset and analysis. *WebSci 2018 - Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science*, 17-21, doi:10.1145/3201064.3201100
- Gordon, M. (2018). Lying in politics: Fake news, alternative facts, and the challenges for deliberative civics education. *Educational Theory*, 68(1), 49-64, ISSN 0013-2004, doi:10.1111/edth.12288
- Granik, M. (2017). Fake news detection using naive Bayes classifier. *2017 IEEE 1st Ukraine Conference on Electrical and Computer Engineering, UKRCON 2017 - Proceedings*, 900-903, doi:10.1109/UKRCON.2017.8100379
- Gravanis, G. (2019). Behind the cues: A benchmarking study for fake news detection. *Expert Systems with Applications*, 128, 201-213, ISSN 0957-4174, doi:10.1016/j.eswa.2019.03.036
- Grech, V. (2017). Fake news and post-truth pronouncements in general and in early human development. *Early Human Development*, 115, 118-120, ISSN 0378-3782, doi:10.1016/j.earlhumdev.2017.09.017
- Grinberg, N. (2019). Political science: Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378, ISSN 0036-8075, doi:10.1126/science.aau2706
- Gupta, S. (2018). CIMT Detect: A community infused matrix-tensor coupled factorization based method for fake news detection. *Proceedings of the 2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2018*, 278-281, doi:10.1109/ASONAM.2018.8508408
- Habgood-Coote, J. (2019). Stop talking about fake news!. *Inquiry (United Kingdom)*, 62(9), 1033-1065, ISSN 0020-174X, doi:10.1080/0020174X.2018.1508363
- Haigh, M. (2018). Stopping Fake News: The work practices of peer-to-peer counter propaganda. *Journalism Studies*, 19(14), 2062-2087, ISSN 1461-670X, doi:10.1080/1461670X.2017.1316681
- Hauke, T.J. (2017). Dangerous arachnids—Fake news or reality?. *Toxicon*, 138, 173-183, ISSN 0041-0101, doi:10.1016/j.toxicon.2017.08.024
- Helmstetter, S. (2018). Weakly supervised learning for fake news detection on Twitter. *Proceedings of the 2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2018*, 274-277, doi:10.1109/ASONAM.2018.8508520
- Himma-Kadakas, M. (2017). Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle. *Cosmopolitan Civil Societies*, 9(2), 25-41, ISSN 1837-5391, doi:10.5130/ccs.v9i2.5469
- Huckle, S. (2017). Fake News: A Technological Approach to Proving the Origins of Content, Using Blockchains. *Big Data*, 5(4), 356-371, ISSN 2167-6461, doi:10.1089/big.2017.0071
- Huh, M. (2018). Fighting Fake News: Image Splice Detection via Learned Self-Consistency. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11215, 106-124, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-030-01252-6_7
- Humprecht, E. (2019). Where 'fake news' flourishes: a comparison across four Western democracies. *Information Communication and Society*, 22(13), 1973-1988, ISSN 1369-118X, doi:10.1080/1369118X.2018.1474241
- Ireland, S. (2018). Fake news alerts: Teaching news literacy skills in a meme world. *Reference Librarian*, 59(3), 122-128, ISSN 0276-3877, doi:10.1080/02763877.2018.1463890
- Jang, S.M. (2018). A computational approach for examining the roots and spreading patterns of fake news: Evolution tree analysis. *Computers in Human Behavior*, 84, 103-113, ISSN 0747-5632, doi:10.1016/j.chb.2018.02.032
- Jang, S.M. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302, ISSN 0747-5632, doi:10.1016/j.chb.2017.11.034
- Jankowski, N.W. (2018). Researching Fake News: A Selective Examination of Empirical Studies. *Javnost*, 25(1), 248-255, ISSN 1318-3222, doi:10.1080/13183222.2018.1418964
- Janze, C. (2017). Automatic detection of fake news on social media platforms. *Proceedings of the 21st Pacific Asia Conference on Information Systems: "Societal Transformation Through IS/IT", PACIS 2017*
- Johnson, B.G. (2018). Placing Facebook: "Trending," "Napalm Girl," "fake news" and journalistic boundary work. *Journalism Practice*, 12(7), 817-833, ISSN 1751-2786, doi:10.1080/17512786.2017.1349546
- Jones-Jang, S.M. (2019). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, ISSN 0002-7642, doi:10.1177/0002764219869406
- Karadzhev, G. (2017). We built a fake news & click-bait filter: What happened next will blow your mind!. *International Conference Recent Advances in Natural Language*
- Khaldarova, I. (2016). Fake News: The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*, 10(7), 891-901, ISSN 1751-2786, doi:10.1080/17512786.2016.1163237
- Khattar, D. (2019). MvaE: Multimodal variational autoencoder for fake news detection. *The Web Conference 2019 - Proceedings of the World Wide Web Conference, WWW 2019*, 2915-2921, doi:10.1145/3308558.3313552
- Kim, A. (2019). Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings. *Journal of Management Information Systems*, 36(3), 931-968, ISSN 0742-1222, doi:10.1080/07421222.2019.1628921
- Kim, A. (2019). Says who? The effects of presentation format and source rating on fake news in social media. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 43(3), 1025-1039, ISSN 0276-7783, doi:10.25300/MISQ/2019/15188
- Kim, J. (2018). Leveraging the crowd to detect and reduce the spread of fake news and misinformation. *WSDM 2018 - Proceedings of the 11th ACM International Conference on Web Search and Data Mining, 2018*, 324-332, doi:10.1145/3159652.3159734
- Kirby, R. (2018). Online habits of the fake news audience: The vulnerabilities of internet users to manipulations by malevolent participants. *Geopolitics, History, and International Relations*, 10(2), 44-50, ISSN 1948-9145, doi:10.22381/GHIR10220185
- Kitta, A. (2018). Alternative health websites and fake news: taking a stab at definition, genre, and belief. *Journal of American Folklore*, 131(522), 405-412, ISSN 0021-8715, doi:10.5406/jamerfolk.131.522.0405
- Knshnan, S. (2018). Identifying tweets with fake news. *Proceedings - 2018 IEEE 19th International Conference on Information Reuse and Integration for Data Science, IRI 2018*, 460-464, doi:10.1109/IRI.2018.00073
- Kshetri, N. (2017). The Economics of 'Fake News'. *IT Professional*, 19(6), 8-12, ISSN 1520-9202, doi:10.1109/MITP.2017.4241459
- Kucharski, A. (2016). Post-truth: Study epidemiology of fake news. *Nature*, 540(7634), 525, ISSN 0028-0836, doi:10.1038/540525a
- Lazer, D.M.J. (2018). The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. *Science*, 359(6380), 1094-1096, ISSN 0036-8075, doi:10.1126/science.aao2998
- Lee, N. (2018). Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom. *Communication Education*, 67(4), 460-466, ISSN 0363-4523, doi:10.1080/03634523.2018.1503313

- Lischka, J. (2019). A Badge of Honor?: How The New York Times discredits President Trump's fake news accusations. *Journalism Studies*, 20(2), 287-304, ISSN 1461-670X, doi:10.1080/1461670X.2017.1375385
- Liu, Y. (2018). Early detection of fake news on social media through propagation path classification with recurrent and convolutional networks. 32nd AAAI Conference on Artificial Intelligence, AAAI 2018, 354-361
- Loeb, S. (2020). Fake News: Spread of Misinformation about Urological Conditions on Social Media. *European Urology Focus*, 6(3), 437-439, ISSN 2405-4569, doi:10.1016/j.euf.2019.11.011
- López-Borrull, A. (2018). Fake news, threat or opportunity for information professionals?. *Profesional de la Información*, 27(6), 1346-1356, ISSN 1386-6710, doi:10.3145/epi.2018.nov.17
- Love, P. (2018). Debunking fake news in a post-truth era: The plausible untruths of cost underestimation in transport infrastructure projects. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 113, 357-368, ISSN 0965-8564, doi:10.1016/j.tra.2018.04.019
- Marchi, R. (2012). With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic "objectivity". *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246-262, ISSN 0196-8599, doi:10.1177/0196859912458700
- Marcon, A. (2017). Fake news portrayals of stem cells and stem cell research. *Regenerative Medicine*, 12(7), 765-775, ISSN 1746-0751, doi:10.2217/rme-2017-0060
- Marth, C. (2019). Immunotherapy in ovarian cancer: Fake news or the real deal?. *International Journal of Gynecological Cancer*, 29(1), 201-211, ISSN 1048-891X, doi:10.1136/ijgc-2018-000011
- Massey, G. (2018). The perceived accuracy of fake news: Mechanisms facilitating the spread of alternative truths, the crisis of informational objectivity, and the decline of trust in journalistic narratives. *Geopolitics, History, and International Relations*, 10(2), 37-43, ISSN 1948-9145, doi:10.22381/GHIR10220184
- McGonagle, T. (2017). "Fake news": False fears or real concerns?. *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 35(4), 203-209, ISSN 0169-3441, doi:10.1177/0924051917738685
- McNair, B. (2017). Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in Journalism. *Fake News: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism*, 1-108, doi:10.4324/9781315142036
- Merchant, R. (2018). Protecting the Value of Medical Science in the Age of Social Media and "fake News". *JAMA - Journal of the American Medical Association*, 320(23), 2415-2416, ISSN 0098-7484, doi:10.1001/jama.2018.18416
- Mihailidis, P. (2017). Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in "Post-Fact" Society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454, ISSN 0002-7642, doi:10.1177/0002764217701217
- Mills, A. (2019). The relationship between fake news and advertising: Brand management in the era of programmatic advertising and prolific falsehood. *Journal of Advertising Research*, 59(1), 3-8, ISSN 0021-8499, doi:10.2501/JAR-2019-007
- Molina, M. (2019). "Fake News" Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, ISSN 0002-7642, doi:10.1177/0002764219878224
- Monteiro, R.A. (2018). Contributions to the Study of Fake News in Portuguese: New Corpus and Automatic Detection Results. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11122, 324-334, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-319-99722-3_33
- Mould, T. (2018). Introduction to the special issue on fake news: Definitions and approaches. *Journal of American Folklore*, 131(522), 371-378, ISSN 0021-8715, doi:10.5406/jamerfolk.131.522.0371
- Mourão, R.R. (2019). Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information. *Journalism Studies*, 20(14), 2077-2095, ISSN 1461-670X, doi:10.1080/1461670X.2019.1566871
- Mustafaraj, E. (2017). The fake news spreading plague: Was it preventable?. *WebSci 2017 - Proceedings of the 2017 ACM Web Science Conference*, 235-239, doi:10.1145/3091478.3091523
- Naumann, M. (2018). "Ferrule Comes First. Post Is Second!" Fake News and Alternative Facts? A Systematic Review. *Journal of Endodontics*, 44(2), 212-219, ISSN 0099-2399, doi:10.1016/j.joen.2017.09.020
- O'Connor, C. (2020). Going viral: Doctors must tackle fake news in the covid-19 pandemic. *The BMJ*, 369, ISSN 0959-8146, doi:10.1136/bmj.m1587
- Orso, D. (2020). Infodemic and the spread of fake news in the COVID-19-era. *European Journal of Emergency Medicine*, 327-328, ISSN 0969-9546, doi:10.1097/MEJ.0000000000000713
- Ozbay, F.A. (2020). Fake news detection within online social media using supervised artificial intelligence algorithms. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 540, ISSN 0378-4371, doi:10.1016/j.physa.2019.123174
- Packer, M. (2017). Are Meta-Analyses a Form of Medical Fake News?: Thoughts about How They Should Contribute to Medical Science and Practice. *Circulation*, 136(22), 2097-2099, ISSN 0009-7322, doi:10.1161/CIRCULATIONAHA.117.030209
- Pan, J. (2018). Content based fake news detection using knowledge graphs. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11136, 669-683, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-030-00671-6_39
- Parikh, S. (2018). Media-Rich Fake News Detection: A Survey. *Proceedings - IEEE 1st Conference on Multimedia Information Processing and Retrieval, MIPR 2018*, 436-441, doi:10.1109/MIPR.2018.00093
- Pennycook, G. (2020). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*, 88(2), 185-200, ISSN 0022-3506, doi:10.1111/jopy.12476
- Peters, M. (2018). Post-truth, fake news: Viral modernity higher education. *Post-Truth, Fake News: Viral Modernity Higher Education*, 1-224, doi:10.1007/978-981-10-8013-5
- Peters, M. (2018). The information wars, fake news and the end of globalisation. *Educational Philosophy and Theory*, 50(13), 1161-1164, ISSN 0013-1857, doi:10.1080/00131857.2017.1417200
- Pogue, D. (2017). How to Stamp Out Fake News. *Scientific American*, 316(2), 24, ISSN 0036-8733, doi:10.1038/scientificamerican0217-2
- Polage, D. (2012). Making up history: False memories of fake news stories. *Europe's Journal of Psychology*, 8(2), 245-250, ISSN 1841-0413, doi:10.5964/ejop.v8i2.456
- Polletta, F. (2017). Deep stories, nostalgia narratives, and fake news: Storytelling in the trump era. *American Journal of Cultural Sociology*, 5(3), 392-408, ISSN 2049-7113, doi:10.1057/s41290-017-0037-7
- Popat, K. (2020). Declare: Debunking fake news and false claims using evidence-aware deep learning. *Proceedings of the 2018 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, EMNLP 2018*, 22-32
- Potthast, M. (2018). A stylometric inquiry into hyperpartisan and fake news. *ACL 2018 - 56th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Proceedings of the Conference (Long Papers)*, 1, 231-240, doi:10.18653/v1/p18-1022
- Processing, RANLP, 2017, 334-343, ISSN 1313-8502, doi:10.26615/978-954-452-049-6-045

- Qian, F. (2018). Neural user response generator: Fake news detection with collective user intelligence. *IJCAI International Joint Conference on Artificial Intelligence*, 2018, 3834-3840, ISSN 1045-0823, doi:10.24963/ijcai.2018/533
- Ralston, S. (2018). Are pervasive systems of fake news provision sowing confusion? The role of digital media platforms in the production and consumption of factually dubious content. *Geopolitics, History, and International Relations*, 10(2), 30-36, ISSN 1948-9145, doi:10.22381/GHIR10220183
- Rapp, D. (2018). Can't We Just Disregard Fake News? The Consequences of Exposure to Inaccurate Information. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 5(2), 232-239, ISSN 2372-7322, doi:10.1177/2372732218785193
- Rashkin, H. (2017). Truth of varying shades: Analyzing language in fake news and political fact-checking. *EMNLP 2017 - Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*, Proceedings, 2931-2937, doi:10.18653/M/d17-1317
- Rayess, M. El (2018). Fake news judgement: The case of undergraduate students at Notre Dame University-Louaize, Lebanon. *Reference Services Review*, 46(1), 146-149, ISSN 0090-7324, doi:10.1108/RSR-07-2017-0027
- Reis, J. (2019). Supervised Learning for Fake News Detection. *IEEE Intelligent Systems*, 34(2), 76-81, ISSN 1541-1672, doi:10.1109/MIS.2019.2899143
- Richardson, N. (2017). Fake News and Journalism Education. *Asia Pacific Media Educator*, 27(1), 1-9, ISSN 1326-365X, doi:10.1177/1326365X17702268
- Rini, R. (2017). Fake news and partisan epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27(2), ISSN 1054-6863, doi:10.1353/ken.2017.0025
- Rochlin, N. (2017). Fake news: belief in post-truth. *Library Hi Tech*, 35(3), 386-392, ISSN 0737-8831, doi:10.1108/LHT-03-2017-0062
- Roozenbeek, J. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), ISSN 2055-1045, doi:10.1057/s41599-019-0279-9
- Roozenbeek, J. (2019). The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation. *Journal of Risk Research*, 22(5), 570-580, ISSN 1366-9877, doi:10.1080/13669877.2018.1443491
- Rubin, V.L. (2015). Deception detection for news: Three types of fakes. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4, ISSN 2373-9231, doi:10.1002/pr2.2015.14505201008
- Ruchansky, N. (2017). CSI: A hybrid deep model for fake news detection. *International Conference on Information and Knowledge Management*, Proceedings, 797-806, doi:10.1145/3132847.3132877
- Saez-Trumper, D. (2014). Fake tweet buster: A webtool to identify users promoting fake news on twitter. *HT 2014 - Proceedings of the 25th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, 316-317, doi:10.1145/2631775.2631786
- Scheufele, D. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(16), 7662-7669, ISSN 0027-8424, doi:10.1073/pnas.1805871115
- Sethi, R. (2017). Crowdsourcing the verification of fake news and alternative facts. *HT 2017 - Proceedings of the 28th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, 315-316, doi:10.1145/3078714.3078746
- Shabani, S. (2018). Hybrid machine-crowd approach for fake news detection. *Proceedings - 4th IEEE International Conference on Collaboration and Internet Computing*, CIC 2018, 299-306, doi:10.1109/CIC.2018.00048
- Sharma, K. (2019). Combating fake news: A survey on identification and mitigation techniques. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*, 10(3), ISSN 2157-6904, doi:10.1145/3305260
- Shimizu, K. (2020). 2019-nCoV, fake news, and racism. *The Lancet*, 395(10225), 685-686, ISSN 0140-6736, doi:10.1016/S0140-6736(20)30357-3
- Shu, K. (2018). Understanding User Profiles on Social Media for Fake News Detection. *Proceedings - IEEE 1st Conference on Multimedia Information Processing and Retrieval, MIPR 2018*, 430-435, doi:10.1109/MIPR.2018.00092
- Shu, K. (2019). Beyond news contents: The role of social context for fake news detection. *WSDM 2019 - Proceedings of the 12th ACM International Conference on Web Search and Data Mining*, 312-320, doi:10.1145/3289600.3290994
- Shu, K. (2019). Defend: Explainable fake news detection. *Proceedings of the ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 395-405, doi:10.1145/3292500.3330935
- Shu, K. (2019). FakeNewsTracker: a tool for fake news collection, detection, and visualization. *Computational and Mathematical Organization Theory*, 25(1), 60-71, ISSN 1381-298X, doi:10.1007/s10588-018-09280-3
- Singhania, S. (2017). 3HAN: A Deep Neural Network for Fake News Detection. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10635, 572-581, ISSN 0302-9743, doi:10.1007/978-3-319-70096-0_59
- Sommariva, S. (2018). Spreading the (Fake) News: Exploring Health Messages on Social Media and the Implications for Health Professionals Using a Case Study. *American Journal of Health Education*, 49(4), 246-255, ISSN 1932-5037, doi:10.1080/19325037.2018.1473178
- Spinney, L. (2017). How Facebook, fake news and friends are warping your memory. *Nature*, 543(7644), 168-170, ISSN 0028-0836, doi:10.1038/543168a
- Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. *Business Information Review*, 34(3), 150-160, ISSN 0266-3821, doi:10.1177/0266382117722446
- Sullivan, M. (2019). Why librarians can't fight fake news. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(4), 1146-1156, ISSN 0961-0006, doi:10.1177/0961000618764258
- Surjandy (2018). The smartphone for disseminating of fake news by the university students game player. *Proceedings of 2017 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2017*, 2018, 14-18, doi:10.1109/ICIMTech.2017.8273503
- Talwar, S. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82, ISSN 0969-6989, doi:10.1016/j.jretconser.2019.05.026
- Tandoc, E. (2018). Fake News as a Critical Incident in Journalism. *Journalism Practice*, ISSN 1751-2786, doi:10.1080/17512786.2018.1562958
- Tandoc, E.C. (2018). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. *New Media and Society*, 20(8), 2745-2763, ISSN 1461-4448, doi:10.1177/1461444817731756
- Tandoc, E.C. (2018). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153, ISSN 2167-0811, doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Thomas, J. (2018). Fake News: Medicines Misinformation by the Media. *Clinical Pharmacology and Therapeutics*, 104(6), 1059-1061, ISSN 0009-9236, doi:10.1002/cpt.1199

- Törnberg, P. (2018). Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. *PLoS ONE*, 13(9), ISSN 1932-6203, doi:10.1371/journal.pone.0203958
- Torres, R. (2018). Epistemology in the era of fake news: An exploration of information verification behaviors among social networking site users. *Data Base for Advances in Information Systems*, 49(3), 78-97, ISSN 0095-0033, doi:10.1145/3242734.3242740
- Traylor, T. (2019). Classifying Fake News Articles Using Natural Language Processing to Identify In-Article Attribution as a Supervised Learning Estimator. *Proceedings - 13th IEEE International Conference on Semantic Computing, ICSC 2019*, 445-449, doi:10.1109/ICOSC.2019.8665593
- Tschiatschek, S. (2018). Fake News Detection in Social Networks via Crowd Signals. *The Web Conference 2018 - Companion of the World Wide Web Conference, WWW 2018*, 517-524, doi:10.1145/3184558.3188722
- Valero, P.P. (2018). Fake news: A systematic review of the literature. *Observatorio*, 12, 54-78, ISSN 1646-5954
- Vargo, C.J. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media and Society*, 20(5), 2028-2049, ISSN 1461-4448, doi:10.1177/1461444817712086
- Vedova, M. Della (2018). Automatic online fake news detection combining content and social signals. *Conference of Open Innovation Association, FRUCT, 2018*, 272-279, ISSN 2305-7254, doi:10.23919/FRUCT.2018.8468301
- Vicario, M. Del (2019). Polarization and fake news: Early warning of potential misinformation targets. *ACM Transactions on the Web*, 13(2), ISSN 1559-1131, doi:10.1145/3316809
- Visentin, M. (2019). Fake News, Real Problems for Brands: The Impact of Content Truthfulness and Source Credibility on consumers' Behavioral Intentions toward the Advertised Brands. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 99-112, ISSN 1094-9968, doi:10.1016/j.intmar.2018.09.001
- Vishwakarma, D. (2019). Detection and veracity analysis of fake news via scrapping and authenticating the web search. *Cognitive Systems Research*, 58, 217-229, ISSN 1389-0417, doi:10.1016/j.cogsys.2019.07.004
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878, ISSN 1461-670X, doi:10.1080/1461670X.2018.1492881
- Waldrop, M. (2017). The genuine problem of fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(48), 12631-12634, ISSN 0027-8424, doi:10.1073/pnas.1719005114
- Wang, P. (2018). Is this the Era of Misinformation yet: Combining Social Bots and Fake News to Deceive the Masses. *The Web Conference 2018 - Companion of the World Wide Web Conference, WWW 2018*, 1557-1561, doi:10.1145/3184558.3191610
- Wang, W.Y. (2017). "Liar, liar pants on fire": A new benchmark dataset for fake news detection. *ACL 2017 - 55th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Proceedings of the Conference (Long Papers)*, 2, 422-426, doi:10.18653/v1/P17-2067
- Wang, Y. (2018). EANN: Event adversarial neural networks for multi-modal fake news detection. *Proceedings of the ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 849-857, doi:10.1145/3219819.321990
- Wasserman, H. (2019). An Exploratory Study of "Fake News" and Media Trust in Kenya, Nigeria and South Africa. *African Journalism Studies*, 40(1), 107-123, ISSN 2374-3670, doi:10.1080/23743670.2019.1627230
- Waszak, P. (2018). The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study. *Health Policy and Technology*, 7(2), 115-118, ISSN 2211-8837, doi:10.1016/j.hlpt.2018.03.002
- Wu, L. (2018). Tracing fake-news footprints: Characterizing social media messages by how they propagate. *WSDM 2018 - Proceedings of the 11th ACM International Conference on Web Search and Data Mining, 2018*, 637-645, doi:10.1145/3159652.3159677
- Yang, F. (2019). XFake: Explainable fake news detector with visualizations. *The Web Conference 2019 - Proceedings of the World Wide Web Conference, WWW 2019*, 3600-3604, doi:10.1145/3308558.3314119
- Yang, S. (2019). Unsupervised fake news detection on social media: A generative approach. *33rd AAAI Conference on Artificial Intelligence, AAAI 2019, 31st Innovative Applications of Artificial Intelligence Conference, IAAI 2019 and the 9th AAAI Symposium on Educational Advances in Artificial Intelligence, EAAI 2019*, 5644-5651
- Zannettou, S. (2019). The web of false information: Rumors, fake news, hoaxes, clickbait, and various other shenanigans. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), ISSN 1936-1955, doi:10.1145/3309699
- Zellers, R. (2019). Defending against neural fake news. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 32, ISSN 1049-5258
- Zhang, C. (2019). Detecting fake news for reducing misinformation risks using analytics approaches. *European Journal of Operational Research*, 279(3), 1036-1052, ISSN 0377-2217, doi:10.1016/j.ejor.2019.06.022
- Zhang, X. (2020). An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing and Management*, 57(2), ISSN 0306-4573, doi:10.1016/j.ipm.2019.03.004

El problema de la contaminación informativa existe desde hace siglos, pero en la actualidad plantea nuevas amenazas, especialmente considerando que la confianza de las personas en las instituciones democráticas, -incluidos los principales medios de comunicación-, se encuentra en niveles mínimos, lo que produce una amplificación en la influencia de los rumores y las fuentes informales de información.

La actual pandemia del Covid-19 ha demostrado como la contaminación informativa puede generar graves daños a los países al orientar a las personas a tomar acciones contrarias a su propio bienestar, llegando a poner en peligro su propia salud y socavando las capacidades de los gobiernos y los sistemas sanitarios. La contaminación informativa tiene también serios efectos en la democracia. La democracia requiere que las personas puedan acceder a información adecuada y diversa para formar sus preferencias y participar en igualdad de condiciones en las decisiones públicas. Las asimetrías en el acceso a la información generan desigualdades en la posibilidad de participar e influir en una democracia. Pero si dicha información proviene de fuentes dudosas, es falsa o mal intencionada, las acciones y decisiones de la ciudadanía no solamente se ven limitadas, también pueden alejarse de sus propias preferencias, favorecer intereses particulares o alejarse del bien común.

En ese contexto, el presente documento se elaboró en el marco del proyecto de la Oficina de Chile del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): “Construyendo un ecosistema para enfrentar la contaminación informativa y fomentar la legitimidad y participación en el proceso constitucional de Chile”, que contó con el financiamiento del Centro de Gobernanza del PNUD en Oslo. Bajo dicho proyecto, el PNUD suscribió un acuerdo de subvención con el Instituto Milenio de Fundamentos de los Datos (IMFD), para trabajar de manera conjunta en el impacto de la contaminación informativa en los procesos electorales y la democracia.

Este trabajo busca ser un aporte concreto que permita entender y promover un debate acerca de como abordar y responder de manera efectiva al fenómeno de la contaminación informativa que amenaza las democracias contemporáneas. Se enmarca en un esfuerzo mayor de toda la organización por cultivar un ecosistema de información que aumente la legitimidad y participación, que contribuya a fortalecer la confianza de la ciudadanía hacia los distintos medios de información y a abordar de mejor manera los desafíos que involucra el fortalecimiento democrático.

