

La propagación y recepción del discurso de odio contra migrantes y refugiados difundido a través de noticias falsas en medios sociales

PLAN DE INVESTIGACIÓN

PROGRAMA DE DOCTORADO EN FORMACIÓN EN LA SOCIEDAD DEL
CONOCIMIENTO

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

David Blanco Herrero

DIRECTOR: Carlos Arcila Calderón

12 de abril de 2019

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO

En el actual contexto internacional, los discursos de odio hacia migrantes y refugiados se encuentran en auge y tienen un calado creciente entre opciones políticas de casi todo el planeta, desde el nacionalismo anti-inmigrantes de Donald Trump, hasta el de Jair Bolsonaro en Brasil, pasando por casos como el Brexit, el ascenso de la extrema derecha en Europa o el nacionalismo hindú de Narendra Modi en India. Además, la traducción de ese discurso de odio en crímenes de odio –en España el Ministerio del Interior contabilizó un aumento del 11.6% en el número de delitos de odio en 2017 con respecto al año anterior, alcanzando los 1419 casos (Europa Press, 2019)– supone un desafío que es urgente atajar.

Más allá de las causas sociopolíticas y demográficas que explican esta problemática, resulta incuestionable que las crecientes muestras de discurso de odio hacia migrantes y refugiados no pueden entenderse sin el concurso de las redes sociales y las noticias falsas (inseparables estas últimas de la ola de posverdad –según la cual las opiniones ganan peso en detrimento de los hechos objetivos– y las campañas de desinformación organizadas por instituciones con objetivos muy diversos). Numerosas investigaciones (Muller y Schwarz, 2018; Ben-David y Matamoros-Fernández, 2016; Mondal, Araújo y Benevenuto, 2017) han demostrado el rol que juegan las redes sociales en la propagación del discurso de odio hacia migrantes y refugiados. Al mismo tiempo, también se ha probado (Schäfer y Schadauer, 2019) la existencia de campañas de noticias falsas y desinformación que han contribuido a que aumente el rechazo hacia estos colectivos. Por último, no parecen quedar dudas en la academia sobre la vinculación de los medios sociales en la aparición y proliferación del fenómeno de las noticias falsas tal y como se concibe en el presente (Allcott y Gentzkow, 2017; Bakir y McStay, 2018).

La investigación propuesta se enmarca en los estudios sobre algunas de las principales teorías de la comunicación social: la agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972), la teoría del framing (Ervin Goffman, 1974) y, especialmente, el análisis del cultivo (Gerbner & Gross, 1976). Las dos primeras abordan cómo los medios de comunicación establecen tanto los temas presentes en la agenda pública como el marco bajo el que se interpretan estos temas. La teoría del cultivo, por su parte, defiende que una excesiva exposición a contenidos violentos o agresivos genera temor entre la sociedad. Nuestro trabajo pretende ampliar el conocimiento sobre estas teorías, estudiando su aplicación y validez cuando se trata de una exposición repetida a contenidos falsos centrados en migrantes y refugiados, e investigando los efectos que esta realidad mediática pueda tener en la construcción de la realidad social de los ciudadanos.

Esta tesis aspira también a llenar un vacío de conocimiento empírico sobre las noticias falsas que fomentan el discurso de odio contra migrantes y refugiados en las redes sociales, tomando el caso español como objeto de estudio. Si bien es cierto que las actitudes y el discurso de odio hacia migrantes y refugiados han sido ampliamente estudiadas (Gimeno, 2001; Miró, 2016), lo han sido menos las noticias falsas y, sobre todo, las noticias falsas que fomentan el discurso de odio. Así, de los tres componentes del objeto de estudio –noticias falsas, discurso de odio contra migrantes y refugiados y redes sociales–, las noticias falsas son las que han recibido una menor atención en la investigación académica, por lo que aquí también se llenará el vacío teórico existente sobre la materia. La combinación de estos tres elementos resulta además acertada por tratarse de tres áreas de conocimiento de gran relevancia y que, de forma combinada, no se han tratado con suficiente frecuencia. Metodológicamente, se trata de un estudio especialmente interesante y novedoso por su utilización de técnicas avanzadas de análisis de redes sociales (SNA), hasta ahora poco habituales pero utilizadas en alguno de los estudios más completos en el sector (Vosoughi, Roy & Aral, 2018), y por completar los descubrimientos con técnicas más comunes, pero no ampliamente utilizadas en relación con las noticias falsas.

Conviene estudiar, por lo tanto, la interrelación de estos tres elementos –redes sociales, discurso de odio hacia migrantes y refugiados y noticias falsas– desde una perspectiva lo más amplia y multidisciplinar posible, de manera que los descubrimientos sobre la recepción del mensaje por los usuarios –tanto a través de sus propias percepciones, como observando los efectos de distintas variables socio-demográficas sobre la credibilidad de los bulos sobre migrantes y refugiados– puedan combinarse con lo aprendido sobre la propagación de los contenidos, permitiendo elaborar conclusiones útiles de cara a formular estrategias que contrarresten o frenen este fenómeno. De esta manera, pretendemos lograr una visión más completa del proceso de comunicación, pues, aunque la mayoría de trabajos acostumbran a centrarse únicamente en un aspecto, nosotros atendemos tanto a la recepción como a la propagación de los mensajes; se estudian, por lo tanto, el receptor, el mensaje y el canal.

Es estudio estará centrado inicialmente en el caso español, interesante por la amplia penetración de los medios sociales, por la libertad de información y expresión existente y por la creciente presencia en el debate público tanto de las noticias falsas como del debate migratorio. Sin embargo, el diseño metodológico se hará de forma que pueda ser escalable a otros contextos occidentales; así, el estudio sobre la recepción y la propagación podrá replicarse en otros países con escasas y pequeñas adaptaciones, casi exclusivamente relacionadas con la traducción de los instrumentos.

HIPÓTESIS DE TRABAJO Y PRINCIPALES OBJETIVOS A ALCANZAR

En el contexto descrito en el punto anterior, parece frecuente que las redes sociales actúen como plataforma y las noticias falsas como herramienta para que el discurso de odio contra migrantes y refugiados se extienda. Por ello, el objetivo general de la investigación es conocer cómo se propagan y reciben las noticias falsas que promueven discurso de odio hacia migrantes y refugiados en medios sociales. Esto puede descomponerse en tres objetivos específicos.

O1. Conocer la opinión de los ciudadanos sobre las noticias falsas y el discurso de odio hacia migrantes y refugiados.

O2. Descubrir cómo se extienden los contenidos falsos que promueven el discurso de odio hacia migrantes y refugiados en los medios sociales, comparando el alcance que tienen las noticias falsas que fomentan al rechazo hacia migrantes y refugiados en las redes sociales con el que logran los contenidos reales.

O3. Investigar cómo se produce la recepción de las noticias falsas que fomentan el discurso de odio hacia migrantes y refugiados, analizando qué tipo de personas son más propensas a creérselos.

Estos objetivos pueden estructurarse en forma de preguntas de investigación como sigue:

Tandoc, Lim y Ling (2017) apuntaban hacia el rol de los consumidores en la difusión de las noticias falsas, algo que también destacaban los periodistas encuestados en una investigación anterior del alumno y el tutor (Blanco-Herrero y Arcila, 2019; Blanco-Herrero, Frías-Vázquez y Sánchez-Holgado, 2019). A su vez, el último Eurobarómetro ha mostrado que las noticias falsas son consideradas un problema para la democracia por el 83% de los españoles, mientras solo el 52% considera que estos contenidos son fáciles de identificar (Abellán, 2019). Por su parte, otros autores (Burnap y Williams, 2015; Oksanen, Hawdon, Holkeri, Näsi y Räsänen, 2014) han estudiado la exposición y los efectos del discurso de odio en los medios sociales, pero no existen apenas trabajos que estudien la interrelación de las noticias falsas con el discurso de odio hacia migrantes y refugiados en los medios sociales, ni tampoco sus efectos o percepción por los ciudadanos. Con la intención de ampliar lo observado en los trabajos anteriormente citados, este trabajo plantea, a modo de análisis preliminar con el que diseñar de manera precisa las siguientes etapas de la investigación, la siguiente:

PI1: ¿Qué percepciones tienen los ciudadanos sobre las causas, la importancia y los efectos de las noticias falsas en los medios sociales, sobre todo de aquellas que promueven el discurso de odio hacia migrantes y refugiados?

Vosoughi, Roy y Aral (2018) realizaron, siguiendo la metodología de análisis de redes sociales (SNA), un ambicioso estudio que demostraba cómo las noticias falsas se extendían más lejos, más rápido, con mayor profundidad y con mayor amplitud que las verdaderas en Twitter. A las mismas conclusiones llegaron Matthew, Dutt, Goyal y Mukherjee (2018) en la plataforma Gab. Hasta donde sabemos, no hay estudios semejantes aplicados a la información relativa a migrantes y refugiados que pueda fomentar el discurso de odio contra ellos, por eso nos planteamos la siguiente:

PI2: ¿Qué amplitud, velocidad, profundidad y distancia alcanzan las noticias falsas sobre migrantes y refugiados en los medios sociales en España en comparación con los contenidos reales sobre la misma materia?

Al mismo tiempo, conviene profundizar en una línea que todavía no se ha seguido a menudo, aunque ha arrojado abundantes descubrimientos en el entorno anglosajón sobre el proceso de recepción de las noticias falsas y sobre qué motivos existen para creérselas (Pennycok y Rand, 2018). Porter, Wood y Kirby (2018) analizaron qué tipo de personas se creían noticias falsas y sus correcciones en función de sus características demográficas. Allcott y Gentzkow (2017) además apreciaron que los contenidos falsos tienen una mayor relevancia entre el sector republicano de Estados Unidos. Partiendo de estos estudios, se plantea la siguiente:

PI3: ¿Qué tipo de personas son más proclives a creerse noticias falsas que fomentan el discurso de odio hacia migrantes y refugiados?

Para dar una respuesta más completa a la PI3, se prestará también a cuatro preguntas de investigación más específicas:

PI3.1: ¿Qué características socio-demográficas son más habituales entre aquellas personas más propensas a creerse noticias falsas sobre migrantes y refugiados?

PI3.2: ¿Con qué frecuencia son las personas capaces de distinguir entre noticias falsas y verdaderas sobre migrantes y refugiados?

PI3.3: ¿Qué contenidos (sean verdaderos o falsos) relacionados con los migrantes y refugiados son creídos con más frecuencia, los que fomentan una imagen positiva o negativa de estos colectivos?

PI3.4: ¿Existe correlación entre los prejuicios de las personas hacia migrantes y refugiados y la credibilidad que se otorgan a noticias con una imagen positiva o negativa de estos colectivos?

METODOLOGÍA

La investigación puede dividirse en tres partes, logrando una triangulación metodológica que permita una visión completa y global del proceso de propagación y recepción de las noticias falsas que fomentan el discurso de odio hacia migrantes y refugiados en los medios sociales.

Fase 1:

Se basará en una encuesta a una muestra representativa de la población española (N ~ 500 personas). El cuestionario que se utilice como herramienta se diseñará ad hoc, pero se inspirará en el que se utilizó en la investigación que el alumno y el director llevaron a cabo entre 2018 y 2019 y que dio lugar a dos artículos y una ponencia en un congreso. Tras validar el instrumento, se procederá a su distribución a través de la herramienta Qualtrics; el análisis estadístico posterior se realizará con el paquete SPSS. Los resultados obtenidos durante esta etapa actuarán también como inputs en los siguientes procesos de la tesis.

Fase 2:

El segundo bloque de la investigación, el más novedoso y ambicioso, implicará la utilización de técnicas de SNA (Análisis de Redes Sociales) para conocer cómo se propagan las noticias falsas que contienen discurso de odio en Twitter. SNA es una metodología de larga tradición, que ha alcanzado una nueva dimensión en la actualidad gracias al interés por conocer las relaciones que se establecen en las plataformas online y en medios sociales como Twitter o Facebook. Esta técnica es frecuente, por ejemplo, en los medios de comunicación para visualizar las interacciones entre seguidores de diferentes partidos políticos o candidatos (Gutiérrez, 2015). Sin embargo, su utilización es menos frecuente cuando, más allá de la visualización de relaciones y clusters, se busca un análisis más profundo como el que realizan Vosoughi, Roy y Aral (2018), en el que se estudiaron también la amplitud, profundidad o tamaño de las cascadas de rumores (la forma en la que un contenido creado por un usuario es compartido y difundido globalmente). Siguiendo este modelo, se va a investigar cómo se distribuyen las noticias sobre migrantes y refugiados, comparando entre contenidos falsos y verdaderos y entre aquellos que fomentan el discurso de odio y los que no lo hacen.

Para ello, los contenidos analizados provendrán de la red social Twitter por su popularidad, apertura y por la sencillez y claridad del análisis de las cascadas gracias al sistema de retweets, y por la posibilidad de utilizar su API para descargar contenidos. Se utilizarán como unidades de análisis aquellos contenidos generados en Twitter que incluyan noticias en español sobre migrantes y refugiados. Una vez descargados los contenidos, se estudiará su propagación a través de cascadas, midiendo la profundidad (número de retweets de cada usuario único desde el original), tamaño (número de usuarios que participan en la cascada), extensión máxima (número de usuarios en una profundidad concreta) y viralidad estructural (medida que compara la propagación de un rumor desde una sola fuente frente a la propagación desde distintas fuentes) de estas. El lenguaje de programación utilizado tanto para la recolección como para algunos aspectos del análisis será Python, complementándolo, durante la etapa de análisis estadístico, con R. Los análisis más propios del SNA se llevarán a cabo utilizando herramientas como NodeXL o GraphX.

Fase 3:

La última fase de la investigación se desarrollará a través de una encuesta experimental, en la que se estudiarán las características socio-demográficas de los participantes para conocer si estas influyen a la hora de creerse determinado tipo de noticias falsas sobre migrantes y refugiados. Se seguirá la metodología empleada por Porter, Wood y Kirby (2018), pero sin centrarnos en la corrección de las noticias falsas como ellos, sino en los contenidos originales, para así detectar la posible correlación entre factores como la ideología política, las actitudes hacia la inmigración, el género, la edad o el nivel de estudios en la posibilidad de creerse un determinado contenido.

Para ello se seleccionará una muestra probabilística y polietápica, que deberá completar un cuestionario, previamente validado, y distribuido a través de la herramienta Qualtrics. Dicho cuestionario estará formado por dos partes. La primera incluirá preguntas sobre las características sociodemográficas, creencias, opiniones políticas y prejuicios hacia los inmigrantes, estos últimos medidos a través de una escala validada como la Escala de Racismo Moderno de McConahay, Hardee y Batts (1981; traducida al español por Navas, 1998). En la segunda parte de la herramienta se expondrán una serie de 10-12 noticias falsas y verdaderas sobre migrantes y refugiados, que deberán ser calificadas como verdaderas o falsas en función de una escala Likert de cinco puntos en la que 1 equivale a "seguridad total de que es verdadera" y 5 a "seguridad total de que es falsa". Las noticias mostradas estarán extraídas de los tweets recogidos durante la segunda fase del trabajo y serán verificadas previamente por servicios como los de Newtral o Maldita Migración. También serán clasificadas como positivas o negativas en función de la imagen que muestren de los migrantes y refugiados. Las noticias serán mostradas siempre con la misma forma y tipografía y sin revelar cuál es la fuente, pues está comprobado el efecto sobre la credibilidad de un mensaje que tiene la fuente de la que procede (Hullett, 2005). Posteriormente se llevarán a cabo análisis de estadística descriptiva e inferencial, principalmente correlaciones y pruebas de comparación de medias, en el paquete SPSS.

MEDIOS Y RECURSOS MATERIALES

La metodología que acabamos de describir, aunque ambiciosa, resulta accesible por distintos motivos. El alumno tiene experiencia en la realización de encuestas semejantes junto al director de tesis. De hecho, como se apuntaba en el apartado anterior, la encuesta que se utilizará en esta tesis se basará parcialmente en la que ambos llevaron a cabo entre 2018 y 2019 y que dio lugar a un TFM (nota 9.8/10), dos artículos (Blanco-Herrero y Arcila, 2019; Blanco-Herrero y Arcila, en revisión) y una comunicación en un congreso (Blanco-Herrero, Frías-Vázquez y Sánchez-Holgado, 2019). La fase de SNA resulta especialmente viable por la experiencia previa del director, autor de un texto sobre la materia que será publicado en The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society. Igualmente, resultará de gran utilidad la experiencia previa del grupo de investigación en el que se enmarca este proyecto de tesis, el Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA), y en especial de su director, el profesor Juan-José Igartua, en la metodología de encuesta experimental.

Precisamente en el OCA, Grupo de Investigación de Reconocido (GIR) de la Universidad de Salamanca y Grupo de Investigación de Excelencia (GIE) de Castilla y León (GR319) con el que están vinculados tanto el alumno como el director, se están llevando a cabo en estos momentos dos proyectos de investigación financiados que también pueden servir de apoyo a esta tesis. En general, tanto los recursos materiales, tecnológicos y licencias del OCA, como el espacio físico, ubicado en la Facultad de Ciencias Sociales de Salamanca, proveerían de medios para la realización de esta tesis, mientras que el equipo humano supondrá el principal apoyo en términos de asesoría y colaboración técnica, teórica metodológica.

Este trabajo se desarrolla en el programa de Doctorado: Formación en la Sociedad del Conocimiento (García-Peñalvo, 2014, 2018; García-Peñalvo et al., 2018), siendo su portal, accesible desde <http://knowledgesociety.usal.es>, la principal herramienta de comunicación y visibilidad de los avances (García-Holgado et al., 2015). En él se irán incorporando todas las publicaciones, estancias y asistencias a congresos durante el transcurso del trabajo. El marco de este multidisciplinar programa de Doctorado permite contar con un apoyo transversal de otros grupos de investigación, profesores o investigadores vinculados al programa, así como el aprovechamiento de cursos e instalaciones del IUCE.

El alumno ha solicitado además la beca FPU del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, que supondría el principal apoyo para la realización de esta tesis. Al mismo tiempo, el director de tesis ha presentado dos proyectos en convocatorias europeas (SWAFS y REC del H2020) con temáticas cercanas a las de esta tesis, por lo que, de recibir financiación también podrían dar cobijo a la misma. Igualmente, el alumno y el director han presentado una propuesta a la "Convocatoria del Observatorio Social de "la Caixa" para apoyar proyectos de investigación social basados en la realización de encuestas", de manera que la distribución y recogida de respuestas en una de las encuestas experimentales que forman parte de esta tesis se realizaría bajo este paraguas.

Por otro lado, algunos de los recursos específicos que se van a utilizar y que resultan gratuitos, licenciados por la Universidad de Salamanca o ya adquiridos por el alumno son:

- Bases de Datos internacionales: Web of science (FECYT), Scopus.
- Base de datos de producción científica hispana: Dialnet.
- Plataformas de acceso a revistas científicas: Springer Link, Science Direct.
- Portal de libros electrónicos: CIELO
- Repositorio documental de la Universidad de Salamanca: Gredos.
- Metabuscador de recursos y catálogo colectivo de las universidades públicas de Castilla y León: BUCLE.
- Buscador de contenido científico-académico: Google Scholar.
- Gestor bibliográfico: EndNote.
- Paquetería de Microsoft Office: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint.
- Programa de análisis estadístico: IBM SPSS Statistics.
- Herramienta digital de elaboración y distribución de encuestas: Qualtrics.
- Lenguaje de programación: Python 2.7.
- Entorno de desarrollo integrado para Python: Pycharm.
- Interfaz de programación de aplicaciones API y API REST de Twitter.
- Lenguaje de programación centrado en análisis gráfico y estadístico: R.
- Clasificador de contenidos basado en aprendizaje automático: Autocop-Es.
- Herramientas para el análisis de redes sociales: Node XL, GraphX.

REFERENCIAS

- Abellán, L. (2019, 06 de marzo). El 80% de los españoles se inquieta por las noticias falsas. Elpaís.com. Disponible en: https://elpais.com/politica/2019/03/06/actualidad/1551901602_791213.html
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175.
- Ben-David, A., & Matamoros-Fernandez, A. (2016). Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. *International Journal of Communication*, 10, 1167-1193.
- Blanco-Herrero, D., & Arcila, C. (2019). Deontología y noticias falsas: estudio de las percepciones de periodistas digitales y tradicionales en España. *El Profesional de la Información* [Aceptado].
- Blanco-Herrero, D., Frías-Vázquez, M., & Sánchez-Holgado, P. (2019). Ethics and Fake News in Spanish Journalism. [Aceptado en la conferencia anual de la IAMCR: Communication, Technology and Human Dignity: Disputed Rights, Contested Truths]
- Burnap, P., & Williams, M. L. (2015). Cyber hate speech on twitter: An application of machine classification and statistical modeling for policy and decision making. *Policy & Internet*, 7(2), 223-242.
- Cheng, J., Adamic, L. A., Kleinberg, J. M., & Leskovec, J. (2016, abril). "Do Cascades Recur?" En *Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web - WWW '16* (pp. 671-681).
- Europa Press (2019, 15 de enero). En 2017 se registraron 1.419 delitos de odio [Europa Press]. Recuperado de: <https://www.europapress.es/videos/video-2017-registraron-1419-delitos-odio-20190115143117.html>.
- García-Holgado, A., García-Peñalvo, F. J., & Rodríguez-Conde, M. J. (2015). Definition of a technological ecosystem for scientific knowledge management in a PhD Programme. En G. R. Alves & M. C. Felgueiras (Eds.), *Proceedings of the Third International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'15)* (Porto, Portugal, 7-9 octubre, 2015) (pp. 695-700). Nueva York, EEUU: ACM.
- García-Peñalvo, F. J. (2014). Formación en la sociedad del conocimiento, un programa de doctorado con una perspectiva interdisciplinar. *Education in the Knowledge Society*, 15(1), 4-9.
- García-Peñalvo, F. J. (2018). Edición 2018-2019 del Kick-off del Programa de Doctorado "Formación en la Sociedad del Conocimiento". *Seminarios del Programa de Doctorado en Formación en la Sociedad del Conocimiento* (23 de octubre de 2018), Salamanca, España. Disponible en <https://goo.gl/TBaxYD>
- García-Peñalvo, F. J., García-Holgado, A., & Ramírez-Montoya, M. S. (2018). The PhD Corner: TEEM 2018 Doctoral Consortium. En F. J. García-Peñalvo (Ed.), *TEEM'18 Proceedings of the Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality* (Salamanca, España, 24-26 octubre, 2018) (pp. 979-983). Nueva York, EEUU: ACM.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-194.
- Gimeno, L. (2001). Actitudes hacia la Inmigración. Relación entre las investigaciones cualitativas y cuantitativas. Madrid: CIS.
- Goffmann, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Londres: Harper and Row.
- Gutiérrez, B. (2015). 'Confluencers': ¿el verdadero secreto de la nueva política? *Playground*. Disponible en: https://www.playgroundmag.net/now/confluencers-ahoramadrid-bcnencomu_22668596.html
- Hullett, C. R. (2005). The impact of mood on persuasion: A meta-analysis. *Communication Research*, 32, 423-442.
- Matthew, B., Dutt, R., Goyal, P., & Mukherjee, A. (2018). Spread of hate speech in online social media. *arXiv preprint arXiv:1812.01693*.
- McCombs, M., & Shawn, D. L. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McConahay, J. B., Hardee, B. B., & Batts, V. (1981). Has racism declined in America? It depends upon who is asking and what is asked. *Journal of Conflict Resolution*, 25(4), 563-579.
- Miró, F. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 22, 82-107.
- Mondal, M., Araujo, L., & Benevenuto, F. (2017, julio). A Measurement Study of Hate Speech in Social Media. En *Proceedings of the 28th ACM Conference on Hypertext and Social Media* (pp. 85-94).
- Muller, K., & Schwarz, C. (2018). Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime. *SSRN Electronic Journal*.
- Navas, M. S. (1998). Nuevos instrumentos de medida para el nuevo racismo. *Revista de Psicología Social*, 13(2), 233-239.
- Oksanen, A., Hawdon, J., Holkeri, E., Näsi, M., & Räsänen, P. (2014). Exposure to online hate among young social media users. *Sociological studies of children & youth*, 18(1), 253-273.
- Pennycock, G., & Rand, D. G. (2018). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition* [En Prensa].
- Porter, E., Wood, T. J., & Kirby, D. (2018). Sex Trafficking, Russian Infiltration, Birth Certificates, and Pedophilia: A Survey Experiment Correcting Fake News. *Journal of Experimental Political Science*, 5, 159-164.
- Schäfer, C., & Schadauer, A. (2019). Online Fake News, Hateful Posts Against Refugees, and a Surge in Xenophobia and Hate Crimes in Austria. En G. Dell'Orto y I. Wetzstein (eds.) *Refugee News, Refugee Politics: Journalism, Public Opinion and Policymaking in Europe*. Nueva York/Oxford: Routledge.
- Tandoc Jr. E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining "Fake News" A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151.