



Percepciones de la ciudadanía española ante la desinformación en tiempos de la COVID-19: efectos y mecanismos de lucha contra las noticias falsas

Perceptions of Spanish citizens about disinformation in times of COVID-19: effects and mechanisms to fight against false news

Perceções dos cidadãos espanhóis sobre a desinformação em tempos de COVID-19: efeitos e mecanismos de combate às notícias falsas

Andreu Casero-Ripollés^{1*} 

Hugo Doménech-Fabregat^{1**} 

Laura Alonso-Muñoz^{1***} 

¹ Universitat Jaume I de Castelló de la Plana, España

* Catedrático de Periodismo y Comunicación Política en la Universitat Jaume I de Castelló de la Plana, España

** Profesor titular de Periodismo en la Universitat Jaume I de Castelló de la Plana, España

*** Profesora Contratada Doctor de Periodismo en la Universitat Jaume I de Castelló de la Plana, España

Recibido: 21/12/2022; Publicado: 12/01/2023

Para citar este artículo: Casero-Ripollés, Andreu; Doménech-Fabregat, Hugo; & Alonso-Muñoz, Laura. (2023). Percepciones de la ciudadanía española ante la desinformación en tiempos de la COVID-19: efectos y mecanismos de lucha contra las noticias falsas. *ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1988>



Resumen

La desinformación se ha convertido en uno de los principales problemas para nuestra sociedad y nuestra democracia. Pese al incremento de investigaciones sobre este tópico, la percepción ciudadana sobre los efectos causados por las noticias falsas y las formas de combatirlas es una cuestión todavía pendiente. Nuestro objetivo es analizar estos dos aspectos en el contexto de la COVID-19 en España y, además, identificar los factores sociodemográficos y políticos que los determinan. Para ello, hemos usado una encuesta cuantitativa aplicada mediante un panel online (n= 682). Los resultados revelan que la desinformación genera, como efecto principal, un incremento de la desconfianza hacia los medios y los políticos entre la ciudadanía española. Por otra parte, su incidencia en el cambio de opinión y en la decisión de voto es reducida. En relación con el Coronavirus, las falsedades han tenido un bajo impacto en el proceso de vacunación, aunque sí han repercutido en el incremento de las teorías de la conspiración entre la ciudadanía. Los hombres, los jóvenes y las personas de extrema derecha son quienes perciben las consecuencias de los engaños con mayor intensidad. Finalmente, la verificación de la información y la legislación son los mecanismos de lucha contra la desinformación que la ciudadanía considera más fiables. Estos resultados tienen importantes implicaciones tanto para las instituciones públicas como para el periodismo.

Palabras clave: desinformación; noticias falsas; COVID-19; periodismo; efectos; mecanismos de lucha contra la desinformación

Abstract

Disinformation has become one of the main problems for society and democracy. Despite the increase in research on this topic, citizen perception of the effects caused by fake news and how to combat it is yet an ongoing issue. Our objective is to analyze these two aspects in the context of COVID-19 in Spain. Also, we seek to identify the sociodemographic and political factors that determine them. We employed a quantitative survey run through an online panel (n= 682). The results indicate that disinformation generates, as the primary effect, an increase in mistrust towards the media and politicians among Spanish citizens. Likewise, the incidence of disinformation in the change of opinion and the decision to vote has dropped. Concerning Coronavirus, falsehoods had a low impact on vaccination, although they promoted conspiracy theories among citizens. Men, young people and far-right sympathizers perceive the consequences of hoaxes more intensely. Finally, fact-checking and legislation are the mechanisms to combat disinformation that citizens consider most reliable. These results have important implications for public institutions and journalism.

Keywords: disinformation; fake news; COVID-19; journalism; effects; mechanisms to combat disinformation

Resumo

A desinformação tornou-se um dos principais problemas da nossa sociedade e da nossa democracia. Apesar do aumento das pesquisas sobre o tema, a percepção do cidadão sobre os efeitos causados pelas notícias falsas e as formas de combatê-las ainda é uma questão pendente. Nosso objetivo é analisar esses dois aspectos no contexto do COVID-19 na Espanha e, além disso, identificar os fatores sociodemográficos e políticos que os determinam. Para isso, utilizamos uma pesquisa quantitativa aplicada por meio de um painel online (n= 682). Os resultados revelam que a desinformação gera, como efeito principal, um aumento da desconfiança em relação à mídia e aos políticos entre os cidadãos espanhóis. Por outro lado, reduz-se a sua incidência na mudança de opinião e na decisão de voto. Em relação ao Coronavírus, as falsidades tiveram baixo impacto no processo de vacinação, embora tenham impactado no aumento de teorias da conspiração entre os cidadãos. Homens, jovens e pessoas da extrema-direita são os que percebem mais intensamente as consequências do engano. Por fim, a verificação da informação e a legislação são os mecanismos de combate à desinformação que os cidadãos consideram mais fiáveis. Esses resultados têm implicações importantes tanto para as instituições públicas quanto para o jornalismo.

Palavras-chave: desinformação; notícias falsas; Espanha; jornalismo; efeitos; mecanismos de combate à desinformação

1. Introducción

La COVID-19 ha situado la desinformación en el foco de la atención social. Durante esta crisis sanitaria, se ha incrementado notablemente la circulación de noticias falsas en todo el mundo (Gabarron et al., 2021). La dimensión alcanzada por este fenómeno lo han convertido en uno de los principales problemas de nuestra sociedad debido a sus potenciales consecuencias sobre la salud pública y la gestión política de la pandemia (García-Borrego & Casero-Ripollés, 2022).

Diversas investigaciones se han ocupado de analizar el contenido y la circulación de los engaños (León et al. 2022; Pérez-Dasilva et al. 2020). Sin embargo, los efectos de la desinformación sobre la ciudadanía y la fiabilidad de los mecanismos para enfrentarla permanecen todavía como cuestiones pendientes de investigar. Nuestro objetivo es analizar la percepción ciudadana sobre las consecuencias y las fórmulas para combatir las noticias falsas en el contexto del Coronavirus y averiguar la incidencia de los factores sociodemográficos en las mismas.

Conocer la incidencia de la desinformación sobre la COVID-19 en la ciudadanía es un aspecto fundamental para luchar contra este problema social. Esto ofrece datos para articular una respuesta por parte del sistema mediático y político para minimizar las consecuencias negativas de este fenómeno. No hay que olvidar que las noticias falsas sobre el Coronavirus han potenciado las teorías de la conspiración, la polarización, la propaganda, los desórdenes psicológicos o las campañas de desestabilización basadas en intereses geopolíticos entre otras consecuencias (Ball & Maxmen, 2020). Determinar la percepción ciudadana ofrece información valiosa que puede servir para combatir más eficientemente estas amenazas.

2. Revisión literatura

2.1. La desinformación en el contexto de la COVID-19

El entorno digital y las redes sociales han potenciado la difusión de desinformación y noticias falsas (Lazer et al., 2018). En este contexto, también han emergido nuevos actores y estrategias que usan los engaños para obtener beneficios políticos en el marco del crecimiento de la posverdad en nuestra sociedad (McIntyre, 2018). Todo ello ha dado lugar al impulso de desórdenes informativos (Wardle & Derakhshan, 2017) que suponen la producción y circulación masiva de informaciones deliberadamente falsas, de informaciones erróneas no dañinas y de informaciones maliciosas. Estos contenidos y su empleo político cuestionan la credibilidad de las instituciones centrales de la esfera pública y pueden afectar a la legitimidad de la democracia (Bennett & Livingston, 2018).

El interés académico por el estudio de este fenómeno vinculado con la manipulación informativa se ha multiplicado desde 2016 (Lazer et al., 2018). Dos acontecimientos políticos marcaron la agenda internacional de ese año: el Brexit en Reino Unido y la victoria electoral de Donald Trump en Estados Unidos. Tras estos dos momentos decisivos para desinformación, llegó la crisis sanitaria de la COVID-19. Cuando estalló esta pandemia mundial ya existían las condiciones idóneas para multiplicación de noticias falsas de forma sencilla a través de cualquier medio de comunicación digital (García-Marín, 2020). El consumo de noticias por parte de la ciudadanía se intensificó de forma instantánea y extraordinaria (Casero-Ripollés, 2020a). En este marco, la circulación de engaños y falsedades se multiplicó (Zunino, 2021; León et al., 2022), generando una infodemia.

2.2. Efectos de la desinformación y fórmulas para combatir los engaños

La exposición a información errónea puede tener un impacto significativo en los pensamientos, acciones y recuerdos de las personas. De esta forma, las noticias falsas tienen capacidad para influir en los comportamientos de los ciudadanos (Levy, 2017). Incluso una exposición corta a contenidos engañosos puede modificar significativamente el comportamiento inconsciente de las personas (Bastick, 2021). Esto determina la elevada importancia de este fenómeno debido a las consecuencias sociales y democráticas que puede provocar.

La investigación sobre los efectos de la desinformación sobre los ciudadanos está poco desarrollada. Sin embargo, algunos estudios aportan elementos relevantes sobre los factores que potencian las consecuencias de las noticias falsas. Así, la edad es un aspecto relevante ya que la intensidad de los efectos de la desinformación es mayor en las personas mayores que entre los jóvenes, (Guess et al., 2019; Gómez-Calderón et al., 2022). Por otra parte, la educación también se ha mostrado como una variable que refuerza el alcance de los contenidos engañosos. Los ciudadanos menos formados y educados se ven más afectados por estos mensajes (Pennycook & Rand, 2019).

Un tercer factor que hace más fuerte la incidencia de la desinformación es la ideología (Jang & Kim, 2018). Las personas son más susceptibles a la información errónea cuando encaja con sus actitudes o creencias preexistentes (Greenspan & Loftus, 2021). Algunas investigaciones sugieren que los conservadores se ven más afectados por las noticias falsas que el resto (Guess et al., 2019; Gómez-Calderón et al., 2022). Por otra parte, se han encontrado evidencias de la existencia de una relación entre el consumo de noticias falsas y los sentimientos de cinismo y alienación hacía los políticos (Balmas, 2014).

Otro factor determinante en la influencia de los contenidos engañosos es la credibilidad otorgada a la fuente de la información. La menor confianza en los medios está relacionada con mayores niveles de desinformación (Valenzuela et al., 2022). Sin embargo, existe controversia en relación con la posibilidad que la exposición a noticias falsas deteriore la confianza en los medios. Algunas investigaciones afirman que esto se produce efectivamente (Ognyanova et al., 2020; Blanco-Alfonso et al., 2021), mientras otras sostienen que es menos grave de lo previsto inicialmente (Valenzuela et al., 2022). Paralelamente, otras evidencias sugieren que los medios están perdiendo influencia social en el entorno de las redes sociales, aspecto que reduciría su capacidad para combatir la desinformación (Casero-Ripollés, 2020b).

Las posibles soluciones para frenar los efectos negativos de la desinformación sobre la ciudadanía son la regulación estatal, la educación mediática (Vianna & Carvalho-Mendonça, 2021) y el fact-checking o verificación de la información (Rúas-Araújo et al., 2020). El recurso a leyes contra la desinformación se ha extendido por diversos países como Reino Unido,

Italia, China o Alemania (Cardoso et al. 2018). Algunas investigaciones sostienen que los esfuerzos de las políticas públicas pueden reducir la probabilidad que los ciudadanos encuentren noticias falsas, particularmente en el contexto de la COVID-19 (Hartley & Vu, 2020). Sin embargo, la aplicación de la legislación ha generado riesgos para la libertad de expresión (Tambini, 2017).

Por su parte, la alfabetización mediática está relacionada con la capacidad de participar de manera positiva, crítica y competente en el entorno digital (McDougall, 2019). Poseer un nivel alto de esta habilidad reduce las posibilidades de creer y compartir noticias falsas (Kahne & Bowyer, 2017). Esa cualidad y su capacidad preventiva la convierten una herramienta fundamental en la lucha contra los engaños de acuerdo con diversos académicos (Agarwal & Alsaeedi, 2020).

Finalmente, el fact-checking es una actividad consistente en desmentir y desacreditar las noticias falsas (Rodríguez Pérez, 2020; Tuñón-Navarro & Sánchez-del-Vas, 2022). La COVID-19 ha potenciado esta forma de luchar contra la desinformación (López-García et al., 2021; Teixeira & Martins, 2021). Junto a los medios periodísticos, en el entorno digital han aparecido una serie de plataformas independientes que hacen de esta tarea su razón de ser (García-Vivero & López-García, 2021). El fact-checking es siempre reactivo ya que se produce a posteriori de la difusión del engaño y no evita su circulación. Esto provoca que la eliminación de los efectos generados por la desinformación sea difícil. Esto cuestiona la capacidad del fact-checking para combatir la desinformación dado que la corrección no garantiza la eliminación de las consecuencias negativas generadas por las falsedades en las personas expuestas a ellas (Wittenberg & Berinsky, 2020).

3. Metodología

Los objetivos específicos de esta investigación son:

- O1. Conocer la percepción de la ciudadanía española sobre los efectos de la desinformación.
- O2. Determinar la incidencia de los factores sociodemográficos y políticos en la percepción de las consecuencias de las noticias falsas entre la ciudadanía española.
- O3. Explorar la percepción de la ciudadanía española sobre la fiabilidad de los diferentes mecanismos para luchar contra la desinformación.
- O4. Averiguar la influencia de los factores sociodemográficos y políticos en la percepción de la fiabilidad de las fórmulas para combatir las noticias falsas entre la ciudadanía española.

La metodología aplicada se basa en una encuesta cuantitativa aplicada mediante un panel online. El cuestionario fue lanzado en julio de 2021 a través de la plataforma

Qualtrics. La muestra está integrada por 682 ciudadanos españoles. El procesamiento de los datos fue ejecutado con el paquete estadístico SPSS v.27.

Se han seleccionado dos variables dependientes:

- a) Efectos de la desinformación percibidos por la ciudadanía. Las categorías que la integran son ocho: me han hecho cambiar mi punto de vista sobre un acontecimiento relevante; me han hecho cambiar mi opinión sobre un colectivo como, por ejemplo, los inmigrantes; me han hecho cambiar de opción política para las próximas elecciones; me han hecho darme cuenta de que la vacuna de la COVID-19 no es segura y he decidido no ponérmela; me han hecho darme cuenta de que hay intereses políticos y económicos en los orígenes de la COVID-19; me han hecho darme cuenta de que los medios de comunicación no son fuentes de información fiables; me han hecho darme cuenta de que los social media no son fuentes de información fiables; me han hecho darme cuenta de que todos los políticos mienten y no vale la pena ir a votar. Esta variable se ha medido con una escala Likert dónde 1 corresponde a nada de acuerdo y 5 a muy de acuerdo.
- b) Mecanismos de lucha contra la desinformación percibidos por la ciudadanía. Las categorías que la integran son cinco: lectura de noticias en medios tradicionales; publicación de informaciones por parte de agencias de verificación; la educación en alfabetización mediática; creación de leyes para penalizar su difusión; planes de acción del gobierno. Esta variable se ha medido con una escala Likert dónde 1 corresponde a poca fiabilidad y 5 a mucha fiabilidad

Además, se han usado cuatro variables independientes de naturaleza sociodemográfica y política:

- a) Género. Se divide en dos categorías: hombres y mujeres.
- b) Edad. Se divide en cuatro categorías: 18-29, 30-49, 50-64, 65+.
- c) Educación. Se divide en tres categorías: graduado escolar o menos; estudios secundarios; estudios universitarios.
- d) Ideología. Se divide en cinco categorías: extrema izquierda; izquierda; centro; derecha; extrema derecha.

3.1. Consecuencias de la desinformación en la ciudadanía española

Los datos revelan que la ciudadanía española percibe los efectos de la desinformación con una intensidad media-baja. Todas las categorías consideradas se sitúan entre 2,19 y 2,83 en una escala de cero a cinco (tabla 1). Esto pone de manifiesto que, en general, los ciudadanos no tienen la sensación de que las noticias falsas provocan graves desajustes en su vida cotidiana, aunque sí les afectan.

Un análisis detallado permite observar que las categorías vinculadas a los cambios de opinión ciudadana por causa de la desinformación registran valores más bajos que el resto (tabla 1). Así, la ciudadanía española no considera que las noticias falsas hayan provocado modificaciones en sus puntos de vista, en su concepción de la inmigración o en su decisión de voto. Sin embargo, las categorías relacionadas con la desconfianza hacia medios y políticos registran valores superiores. Así, la desinformación ha provocado que aumente la media de ciudadanos que ven a los medios tradicionales y a las redes sociales como fuentes informativas poco fiables y que consideran a los políticos como mentirosos. Esto revela desconfianza hacia estos actores centrales en la esfera pública que son culpabilizados del fenómeno de las noticias falsas.

En relación con la COVID-19, los datos aportan dos evidencias interesantes (tabla 1). En primer lugar, las consecuencias de la desinformación sobre el proceso de vacunación de la COVID-19 son reducidas. Los resultados indican que estos contenidos falsos no impidieron que la mayoría de los ciudadanos se inmunizaran ante esta crisis sanitaria. En cambio, es mayor el valor medio obtenido por la percepción de la ciudadanía que en los orígenes del Coronavirus había intereses políticos y económicos. Esto revela cierta presencia de las teorías de la conspiración sobre la COVID-19 entre la ciudadanía española.

Tabla 1. Efectos de la desinformación

	MEDIA	DS
Me han hecho cambiar mi punto de vista sobre un acontecimiento socialmente relevante	2,35	1,18233
Me han hecho cambiar mi opinión sobre un colectivo como, por ejemplo, los inmigrantes	2,29	1,20811
Me han hecho cambiar de opción política para las próximas elecciones	2,22	1,2362
Me han hecho darme cuenta de que la vacuna de la COVID-19 no es segura y he decidido no ponérmela	2,19	1,29117
Me han hecho darme cuenta de que hay intereses políticos y económicos en los orígenes de la COVID-19	2,54	1,3145
Me han hecho darme cuenta de que los medios de comunicación no son fuentes de información fiables	2,72	1,30564
Me han hecho darme cuenta de que las redes sociales no son fuentes de información fiables	2,83	1,28466
Me han hecho darme cuenta de que todos los políticos mienten y no vale la pena ir a votar	2,77	1,29204

Fuente: Elaboración propia

Si introducimos la variable de género, los datos demuestran que los hombres presentan unos valores más elevados que las mujeres en todos los efectos de la desinformación, excepto en la categoría vinculada al cambio del punto de vista sobre eventos relevantes socialmente (tabla 2). Además, los resultados obtenidos en el caso de los hombres se sitúan en todas las categorías por encima de la media general recogida en la tabla 1. A su vez, las mujeres se sitúan por debajo de esa media. Estas dos evidencias revelan que las mujeres perciben con menor intensidad las consecuencias de la desinformación.

Tabla 2. Efectos de la desinformación por género

	Hombre		Mujer	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Me han hecho cambiar mi punto de vista sobre un acontecimiento socialmente relevante	2,36	1,227	2,35	1,139
Me han hecho cambiar mi opinión sobre un colectivo como, por ejemplo, los inmigrantes	2,35	1,241	2,23	1,174
Me han hecho cambiar de opción política para las próximas elecciones	2,36	1,305	2,08	1,15
Me han hecho darme cuenta de que la vacuna de la COVID-19 no es segura y he decidido no ponérmela	2,23	1,283	2,15	1,298
Me han hecho darme cuenta de que hay intereses políticos y económicos en los orígenes de la COVID-19	2,6	1,337	2,48	1,291
Me han hecho darme cuenta de que los medios de comunicación no son fuentes de información fiables	2,79	1,307	2,65	1,301
Me han hecho darme cuenta de que las redes sociales no son fuentes de información fiables	2,94	1,309	2,71	1,251
Me han hecho darme cuenta de que todos los políticos mienten y no vale la pena ir a votar	2,86	1,29	2,68	1,288

Fuente: Elaboración propia

Considerando la edad, podemos observar, en general, a medida que se incrementa se reduce la percepción de la intensidad de los efectos de la desinformación (tabla 3). Así, las personas más jóvenes (de 18 a 29 años) son menos críticas y perciben con más intensidad los efectos de las noticias falsas que las personas mayores (tanto de más de 65 como de 50 a 64 años). Estas dos últimas franjas de edad presentan valores medios bajos en la mayoría

de las categorías analizadas. Específicamente, las personas de 50 a 64 años consideran que las noticias falsas no han alterado sus puntos de vista, su concepción de la inmigración ni su decisión de voto. En el caso de los mayores de 65 años, destaca su confianza tanto hacia los medios tradicionales como hacia las redes sociales como fuentes informativas debido a los bajos valores registrados en estas dos categorías.

Tabla 3. Efectos de la desinformación por edad

	De 18 a 29 años		De 30 a 49 años		De 50 a 64 años		Más de 65 años	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Me han hecho cambiar mi punto de vista sobre un acontecimiento socialmente relevante	2,43	1,183	2,38	1,186	1,63	0,917	2,50	1
Me han hecho cambiar mi opinión sobre un colectivo como, por ejemplo, los inmigrantes	2,33	1,215	2,35	1,217	1,7	0,929	2	1,154
Me han hecho cambiar de opción política para las próximas elecciones	2,27	1,243	2,24	1,227	1,81	1,225	1,25	0,5
Me han hecho darme cuenta de que la vacuna de la COVID-19 no es segura y he decidido no ponérmela	2,19	1,306	2,25	1,287	1,86	1,212	1,25	0,5
Me han hecho darme cuenta de que hay intereses políticos y económicos en los orígenes de la COVID-19	2,52	1,312	2,59	1,312	2,29	1,373	2,25	0,957
Me han hecho darme cuenta de que los medios de comunicación no son fuentes de información fiables	2,71	1,3	2,8	1,301	2,31	1,325	1,5	0,577
Me han hecho darme cuenta de que las redes sociales no son fuentes de información fiables	2,8	1,276	2,9	1,253	2,54	1,501	1,25	0,5
Me han hecho darme cuenta de que todos los políticos mienten y no vale la pena ir a votar	2,74	1,306	2,85	1,266	2,38	1,315	2,5	1,732

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta el nivel de estudios, podemos observar, en general, que las personas con niveles educativos intermedios, correspondiente a los estudios secundarios, son quienes, mayoritariamente, perciben con menor intensidad los efectos de las noticias falsas ya que presentan los niveles más bajos (tabla 4). Por su parte, las personas con mayor formación (estudios universitarios) son quienes se muestran más de acuerdo con el hecho que la desinformación ha cambiado sus opiniones y su decisión de voto. Además, son quienes se muestran más críticos con los medios, tanto tradicionales como digitales, al considerarlos poco fiables como fuente informativa. Finalmente, las personas menos formadas son las más proclives a creer en las teorías de la conspiración en relación con la COVID-19 debido a las noticias falsas. Estos resultados sugieren que el nivel educativo tiene consecuencias dispares sobre la percepción de la desinformación por parte de la ciudadanía española. Un mayor nivel de estudios no implica una mayor defensa ante los efectos de las noticias falsas.

Tabla 4. Efectos de la desinformación por educación

	Graduado escolar o menos		Estudios secundarios		Estudios universitarios	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Me han hecho cambiar mi punto de vista sobre un acontecimiento socialmente relevante	2,36	1,172	2,17	1,137	2,5	1,201
Me han hecho cambiar mi opinión sobre un colectivo como, por ejemplo, los inmigrantes	2,15	1,053	2,11	1,131	2,46	1,263
Me han hecho cambiar de opción política para las próximas elecciones	2,36	1,282	1,98	1,131	2,4	1,282
Me han hecho darme cuenta de que la vacuna de la COVID-19 no es segura y he decidido no ponérmela	2,44	1,329	1,94	1,14	2,37	1,369
Me han hecho darme cuenta de que hay intereses políticos y económicos en los orígenes de la COVID-19	2,73	1,408	2,42	1,281	2,62	1,326
Me han hecho darme cuenta de que los medios de comunicación no son fuentes de información fiables	2,5	1,35	2,67	1,361	2,79	1,251
Me han hecho darme cuenta de que las redes sociales no son fuentes de información fiables	2,76	1,282	2,65	1,306	2,98	1,25
Me han hecho darme cuenta de que todos los políticos mienten y no vale la pena ir a votar	2,86	1,398	2,71	1,319	2,81	1,258

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, considerando la ideología, los datos revelan que las personas que se sitúan en la extrema derecha perciben una mayor incidencia de la desinformación tanto en el cambio de opinión y de decisión de voto como en la desconfianza hacia los medios tradicionales y las redes sociales como fuentes de información (tabla 5). También presentan una media más elevada en los efectos de las noticias falsas sobre la vacunación de la COVID-19 y, especialmente, en la incidencia de las teorías de la conspiración sobre esta crisis sanitaria. Asimismo, las personas de extrema derecha son más críticas con los actores políticos (M=3,1). Esto puede conducir más fácilmente a estos ciudadanos al rechazo hacia el sistema institucional y a posiciones antipolíticas.

Por su parte, los ciudadanos que se posicionan en la extrema izquierda y la izquierda presentan valores medios más bajos que el resto (tabla 5). Esto revela que aprecian una menor incidencia de las consecuencias de la desinformación que las personas de centro, derecha y extrema derecha. En relación con los medios, tanto tradicionales como digitales, los ciudadanos de extrema izquierda son quienes muestran una percepción más favorable

de su rol como fuente fiable de información. En cambio, los ciudadanos de centro y extrema derecha son los más críticos en este aspecto y presentan un mayor grado de desconfianza hacia los medios.

Tabla 5. Efectos de la desinformación por ideología

	Extrema izquierda		Izquierda		Centro		Derecha		Extrema derecha	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Me han hecho cambiar mi punto de vista sobre un acontecimiento socialmente relevante	2,12	1,417	2,12	1,177	2,3	1,219	2,3	1,083	2,77	1,292
Me han hecho cambiar mi opinión sobre un colectivo como, por ejemplo, los inmigrantes	2,07	1,347	2,04	1,176	2,23	1,1	2,28	1,141	2,59	1,345
Me han hecho cambiar de opción política para las próximas elecciones	1,97	1,31	2,05	1,183	2,04	1,208	2,13	1,14	2,71	1,401
Me han hecho darme cuenta de que la vacuna de la COVID-19 no es segura y he decidido no ponérmela	1,9	1,316	1,84	1,181	2,21	1,353	2,21	1,212	2,59	1,423
Me han hecho darme cuenta de que hay intereses políticos y económicos en los orígenes de la COVID-19	2,25	1,409	2,08	1,206	2,59	1,344	2,56	1,279	2,98	1,312
Me han hecho darme cuenta de que los medios de comunicación no son fuentes de información fiables	2,4	1,515	2,64	1,345	2,9	1,445	2,68	1,25	2,97	1,202
Me han hecho darme cuenta de que las redes sociales no son fuentes de información fiables	2,5	1,414	2,73	1,307	2,76	1,303	2,68	1,213	3,09	1,322
Me han hecho darme cuenta de que todos los políticos mienten y no vale la pena ir a votar	2,55	1,568	2,4	1,246	2,78	1,316	2,79	1,273	3,1	1,289

Fuente: Elaboración propia

3.2. Mecanismos de lucha contra la desinformación

La fórmula más eficaz para combatir los efectos de la desinformación es el trabajo de las agencias de verificación de noticias falsas, como Newtral o Maldito Buló, según los ciudadanos españoles (tabla 6). A continuación, se sitúa la legislación penal para castigar la difusión de este tipo de contenidos fraudulentos. En una posición intermedia, como herramientas para luchar contra este fenómeno, aparecen la alfabetización mediática y el impulso de planes gubernamentales. Finalmente, el método menos eficaz, según la opinión de los ciudadanos, es el consumo de noticias en los medios tradicionales.

Tabla 6. Mecanismos de lucha contra la desinformación

	MEDIA	DS
Lectura de noticias en medios tradicionales	2,89	1,13242
Publicación de informaciones por parte de agencias de verificación	3,05	1,10013
La educación en alfabetización mediática	2,99	1,10409
Creación de leyes para penalizar su difusión	3,00	1,17447
Planes de acción del gobierno	2,94	1,15745

Fuente: Elaboración propia

El análisis de los datos por género permite observar que los hombres presentan valores ligeramente superiores a las mujeres (tabla 7). Los hombres presentan un nivel superior de confianza en las distintas formas de lucha contra la desinformación que las mujeres, que son algo más escépticas en este sentido. Aunque en ambos casos, el método que se considera más apropiado es la tarea de las agencias de verificación de noticias.

Tabla 7. Mecanismos de lucha contra la desinformación por género

	Hombres		Mujeres	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Lectura de noticias en medios tradicionales	2,89	1,16	2,89	1,106
Publicación de informaciones por parte de agencias de verificación	3,08	1,132	3,02	1,068
La educación en alfabetización mediática	3,05	1,153	2,92	1,052
Creación de leyes para penalizar su difusión	3,05	1,194	2,95	1,154
Planes de acción del gobierno	2,95	1,17	2,93	1,146

Fuente: Elaboración propia

El tramo de edad entre 30 y 49 años es el que presenta los valores más altos en las diferentes fórmulas de lucha contra la desinformación (tabla 8). En esta franja de edad,

todos los métodos superan una media de 3. Esto demuestra que los ciudadanos entre 30 y 49 años son quienes tienen mayor confianza en la fiabilidad de los distintos procedimientos para combatir las noticias falsas. Al contrario, las personas de más de 65 años son las más escépticas. Esto evidencia que, a medida que se incrementa la edad, especialmente a partir de los 50 años, aumenta la desconfianza respecto a las diferentes técnicas para enfrentarse a los contenidos fraudulentos.

Todos los tramos de edad coinciden en otorgar mayor importancia a la actividad de las agencias de verificación como mejor vía para oponerse a la desinformación (tabla 8). Sin embargo, los ciudadanos de 50 años o más conceden también un papel relevante a los medios tradicionales en la lucha contra las noticias falsas.

Tabla 8. Mecanismos de lucha contra la desinformación por edad

	De 18 a 29 años		De 30 a 49 años		De 50 a 64 años		Más de 65 años	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Lectura de noticias en medios tradicionales	2,73	1,133	3,04	1,113	2,93	1,189	2,75	0,5
Publicación de informaciones por parte de agencias de verificación	2,99	1,113	3,12	1,077	2,93	1,208	2,75	0,5
La educación en alfabetización mediática	2,95	1,132	3,06	1,058	2,7	1,221	2,25	0,957
Creación de leyes para penalizar su difusión	2,92	1,212	3,12	1,118	2,63	1,227	2,75	0,5
Planes de acción del gobierno	2,86	1,175	3,04	1,128	2,84	1,218	2	0,816

Fuente: Elaboración propia

Considerando la educación, los datos indican que, a medida que se incrementa la formación de los ciudadanos, crece la confianza en la fiabilidad de todos los métodos de lucha contra la desinformación (tabla 9). Así, en términos generales, las personas con menor nivel educativo son más suspicaces que aquellas con estudios universitarios que presentan un mayor grado de convicción en las diferentes fórmulas para combatir las noticias falsas. La educación se configura, así, como un factor determinante en esta cuestión.

Es significativo que para las personas con estudios elementales y secundarios la mejor vía para enfrentarse a los contenidos fraudulentos es el trabajo de las agencias de verificación de información (tabla 9). En cambio, para los individuos con educación universitaria el mecanismo más eficaz es la legislación penal.

Tabla 9. Mecanismos de lucha contra la desinformación por educación

	Graduado escolar o menos		Estudios secundarios		Estudios universitarios	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Lectura de noticias en medios tradicionales	2,6	1,263	2,83	1,12	2,98	1,121
Publicación de informaciones por parte de agencias de verificación	3	1,115	2,93	1,061	3,15	1,121
La educación en alfabetización mediática	2,81	1,135	2,83	1,1	3,13	1,086
Creación de leyes para penalizar su difusión	2,5	1,084	2,85	1,117	3,18	1,199
Planes de acción del gobierno	2,78	1,166	2,82	1,092	3,06	1,198

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la ideología es otro factor determinante que condiciona las percepciones de la ciudadanía española ante las fórmulas para luchar contra las noticias falsas. Las personas de extrema izquierda son las más escépticas sobre la fiabilidad de los diferentes mecanismos para enfrentarse a la desinformación (tabla 10). En cambio, los ciudadanos de extrema derecha son los que mayor confianza muestran en todos los procedimientos para combatir los contenidos fraudulentos.

Asimismo, la ideología también establece diferencias a la hora de determinar el método más efectivo para enfrentarse a la desinformación. Así, las personas de izquierda y extrema izquierda apuestan por la creación de leyes para perseguir y castigar la difusión de noticias falsas como vía más adecuada (tabla 10). Igualmente, en segundo lugar, sitúan los planes de acción impulsados por el Gobierno. En consecuencia, estos ciudadanos miran al sistema político-institucional para solucionar este problema. Por su parte, las personas de centro, derecha y extrema de derecha consideran que es más fiable el rol de las agencias de verificación de noticias. Complementariamente, dan una menor fiabilidad a los medios tradicionales y la legislación. Estos datos ponen de manifiesto la diferente orientación de los ciudadanos en la lucha contra la desinformación en función de su ideología.

Tabla 10. Mecanismos de lucha contra la desinformación por ideología

	Extrema izquierda		Izquierda		Centro		Derecha		Extrema derecha	
	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS	MEDIA	DS
Lectura de noticias en medios tradicionales	2,2	1,136	2,99	1,103	3	1,209	2,88	1,095	3,11	1,206
Publicación de informaciones por parte de agencias de verificación	2,52	1,28	3,14	1,094	3,04	1,208	2,98	0,988	3,47	1,197
La educación en alfabetización mediática	2,45	1,131	3,05	1,102	3,02	1,239	2,89	1,041	3,36	1,22
Creación de leyes para penalizar su difusión	2,6	1,373	3,21	1,217	2,97	1,278	2,87	1,089	3,22	1,205
Planes de acción del gobierno	2,57	1,412	3,15	1,092	2,88	1,172	2,78	1,099	3,26	1,252

Fuente: Elaboración propia

4. Discusión y conclusión

Los resultados permiten obtener hallazgos originales y significativos sobre la percepción de la ciudadanía española sobre las consecuencias de la desinformación y sobre la fiabilidad de los diferentes métodos para combatirla. En primer lugar, nuestros datos revelan que las noticias falsas generan, como efecto principal, un incremento de la desconfianza hacia los medios y los políticos. Este fenómeno, que se asienta en una falta de credibilidad previa de estos actores, supone que la desinformación cuestiona el papel de los dos actores centrales que tradicionalmente han monopolizado la esfera pública. La ciudadanía culpabiliza a medios y políticos de la falta de eficacia en su gestión de este problema. Esto provoca un incremento de la desafección y la antipolítica (Balmas, 2014), especialmente entre los hombres con menor nivel de estudios y de extrema derecha. Por su parte, las personas más críticas con los medios son los hombres, los jóvenes, los universitarios y los individuos de extrema derecha. Las noticias falsas erosionan, así, la legitimidad social de medios y políticos. Esto supone una grave amenaza para su rol en el sistema democrático.

Otro hallazgo relevante demuestra que la desinformación tiene una incidencia más reducida en el cambio de opinión de la ciudadanía y en sus decisiones de voto. Estos datos pueden tener un doble significado. Por un lado, puede que la ciudadanía se esté acostumbrando, cada vez más, a vivir en un contexto caracterizado por la presencia de desórdenes informativos y esté empezando a desarrollar mecanismos de defensa frente a ellos. Sin embargo, también cabe la posibilidad que muchos ciudadanos no sean conscientes que estén consumiendo noticias falsas y que éstas moldean sus actitudes. Por ello, no las identifican como un elemento capaz de condicionar sus opiniones y su comportamiento electoral.

Por otra parte, en relación con la COVID-19, nuestros datos indican que la desinformación ha tenido un bajo impacto en la vacunación en España. En cambio, se detecta que los engaños vinculados a la pandemia han tenido cierta incidencia en el incremento de las teorías de conspiración. Sin embargo, globalmente, los resultados demuestran que las noticias falsas no han generado efectos fuertes en la manera cómo la ciudadanía ha reaccionado al Coronavirus en el contexto español. Esto puede estar relacionado con el hecho que en este contexto de crisis sanitaria un mayor número de personas incrementaron su consumo informativo (Casero-Ripollés, 2020a), teniendo mayores posibilidades de contrastar las noticias. Además, a esto hay que sumar que más personas se enfocaron hacia las fuentes científicas expertas consideradas más confiables y menos transmisoras de engaños (Yuen, 2023).

Por otra parte, los resultados permiten identificar los factores sociodemográficos y políticos que tienen una mayor incidencia en los efectos de la desinformación entre la ciudadanía española. De acuerdo con estudios previos (Guess et al., 2019; Gómez-Calderón et al., 2022; Jang & Kim, 2018), el género, la edad y la ideología son las variables que más influyen. Así, los hombres, los jóvenes y las personas de extrema derecha son quienes perciben las consecuencias de las noticias falsas con mayor intensidad.

En relación con los mecanismos de lucha contra la desinformación, los ciudadanos españoles apuntan a la verificación de información y la legislación como las fórmulas más fiables. Es significativo que la ideología y la educación se configuran como los factores claves que determinan la apuesta por una u otra herramienta. Así, las personas con menor nivel educativo y situadas en la extrema derecha, la derecha y el centro son quienes consideran más efectivo el fact-checking. En cambio, los universitarios y las personas de izquierda y extrema izquierda apuestan por la legislación como instrumento más apropiado.

En el extremo contrario, los medios tradicionales aparecen como la vía menos eficaz. Esto está relacionado con la desconfianza hacia los medios detectada como uno de los principales efectos de las noticias falsas según investigaciones previas (Blanco-Alfonso et al., 2021; Ognyanova et al., 2020). La baja confianza hacia estos actores hace que la mayoría de los ciudadanos no los vean como una solución frente a este problema. Sólo las personas de más de 50 años otorgan un papel relevante a los medios en la batalla frente a la desinformación. Estos datos sugieren que el periodismo está quedando en una posición marginal frente a los desórdenes informativos, desde el punto de vista de la percepción ciudadana.

Los factores sociodemográficos y políticos que inciden en la percepción de la ciudadanía española sobre la fiabilidad de los mecanismos para combatir la desinformación son el género, la edad, la educación y la ideología. Así, las mujeres, las personas mayores, las menos educadas y las de extrema izquierda son quienes presentan mayores niveles de desconfianza y crítica frente a las diferentes fórmulas de lucha contra las noticias falsas.

La ausencia de un análisis comparativo con otros países constituye la principal limitación de esta investigación. Sin embargo, nuestros hallazgos tienen una elevada importancia social ya que permiten identificar aspectos clave sobre las consecuencias de la desinformación y las formas de combatirla desde la percepción de la ciudadanía española. Estos datos pueden ser útiles para el diseño de planes para minimizar los efectos sociales de las noticias falsas. Por ello, tanto el Gobierno como diversas instituciones y organizaciones públicas y privadas pueden extraer importantes lecciones de cómo hacer frente a los desórdenes informativos de forma más eficiente.

Finalmente, nuestros datos tienen importantes implicaciones para el periodismo. Nuestros resultados sugieren que los medios deberían implementar nuevas estrategias para combatir las noticias falsas que contribuyan a reducir efectivamente este tipo de informaciones y, así, conseguir recuperar la confianza del público. En caso contrario, corren el riesgo de ocupar una posición cada vez más irrelevante en nuestra sociedad que amenace su futuro.

Contribución de los autores

Andreu Casero-Ripollés: Conceptualización, Redacción–Borrador Original, Redacción-Revisión y Edición, Administración del proyecto, Adquisición de fondos. **Hugo Doménech-Fabregat:** Redacción–Borrador Original, Redacción-Revisión y Edición. **Laura Alonso-Muñoz:** Metodología y Análisis formal.

Financiación

Esta investigación forma parte del proyecto de I+D con referencia AICO/2021/063 financiado por la Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital de la Generalitat Valenciana.

Referencias

- Agarwal, Naresh K., & Alsaeedi, Farraj (2020). Understanding and fighting disinformation and fake news: Towards an information behavior framework. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 57(1), e327. <https://doi.org/10.1002/pra2.327>
- Ball, Philip, & Maxmen, Amy (2020). The epic battle against coronavirus misinformation and conspiracy theories. *Nature*, 581(7809), 371-375. <https://doi.org/10.1038/d41586-020-01452-z>
- Balmas, Meital (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. <https://doi.org/10.1177/0093650212453600>

- Bastick, Zach (2021). Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of disinformation. *Computers in human behavior*, 116, 106633. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106633>
- Bennett, W. Lance, & Livingston, Steven (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Blanco-Alfonso, Ignacio, Chaparro-Domínguez, María Angeles, & Repiso, Rafael (2021). El fact-checking como estrategia global para contener la desinformación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (3), 779-791. <https://doi.org/10.5209/esmp.76189>
- Cardoso, Gustavo, Baldi, Vania, Pais, Pedro, Paisana, Miguel, Quintanilha, Tiago, & Couraceiro, Paulo (2018). As Fake News numa sociedade pós-verdade. Contextualização, potenciais soluções e análise. *Relatório Obercom*. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf>
- Casero-Ripollés, Andreu (2020a). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29(2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Casero-Ripollés, Andreu (2020b). Influence of media on the political conversation on Twitter: Activity, popularity, and authority in the digital debate in Spain. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 18(1), 33-57. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1527>
- Gabarron, Elia, Oyeyemi, Sunday O., & Wynn, Rolf (2021). COVID-19-related misinformation on social media: a systematic review. *Bulletin of the World Health Organization*, 99(6), 455. <https://dx.doi.org/10.2471%2FBLT.20.276782>
- García-Borrego, Manuel, & Casero-Ripollés, Andreu (2022). ¿Qué nos hace vulnerables frente las noticias falsas sobre la COVID-19? Una revisión crítica de los factores que condicionan la susceptibilidad a la desinformación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 28(4), 789-801. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82881>
- García-Vivero, Gloria, & López-García, Xosé (2021). La verificación de datos en Europa. Análisis de 5 iniciativas europeas: Maldita. es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs y BBC Reality Check. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (21), 235-264. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.12>
- García-Marín, David (2020). Global infodemic: Information disorders, false narratives, and fact checking during the Covid-19 crisis. *Profesional de la información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.11>
- Gómez-Calderón, Bernardo, Córdoba-Cabús, Alba & López-Martín, Álvaro (2022). Las fake news y su percepción por parte de los jóvenes españoles: el influjo de los factores sociodemográficos. *Doxa Comunicación*, 36. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1741>
- Greenspan, Rachel L., & Loftus, Elizabeth F. (2021). Pandemics and infodemics: Research on the effects of misinformation on memory. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(1), 8-12. <https://doi.org/10.1002/hbe2.228>
- Guess, Andrew, Nagler, Jonathan, & Tucker, Joshua (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Hartley, Kris, & Vu, Minh K. (2020). Fighting fake news in the COVID-19 era: policy insights from an equilibrium model. *Policy Sciences*, 53(4), 735-758. <https://doi.org/10.1007/s11077-020-09405-z>

- Jang, S. Mo, & Kim, Joon K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in human behavior*, 80, 295-302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>
- Kahne, Joseph, & Bowyer, Benjamin (2017). Educating for democracy in a partisan age: Confronting the challenges of motivated reasoning and misinformation. *American educational research journal*, 54(1), 3-34. <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>
- Lazer, David, Baum, Mathew, Benkler, Yochai, Berinsky, Adam, Greenhill, Kelly, Menczer, Filippo, ... & Zittrain, Jonathan (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- León, Bernardino, Martínez-Costa, María Pilar, Salaverría, Ramón, & López-Goñi, Ignacio (2022). Health and science-related disinformation on COVID-19: A content analysis of hoaxes identified by fact-checkers in Spain. *PLoS one*, 17(4), e0265995. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265995>
- Levy, Neil (2017). The bad news about fake news. *Social epistemology review and reply collective*, 6(8), 20-36. <http://wp.me/p1Bfg0-3GV>
- López-García, Xosé, Costa-Sánchez, Carmen, & Vizoso, Ángel (2021). Journalistic fact-checking of information in pandemic: Stakeholders, hoaxes, and strategies to fight disinformation during the COVID-19 crisis in Spain. *International journal of environmental research and public health*, 18(3), 1227. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031227>
- McDougall, Julian (2019). Media literacy versus fake news: Critical thinking, resilience and civic engagement. *Media studies*, 10(19), 29-45. DOI: <https://doi.org/10.20901/ms.10.19.2>
- McIntyre, Lee (2018). *Post-truth*. MIT Press.
- Ognyanova, Katherine, Lazer, David, Robertson, Ronald E., & Wilson, Christo (2020). Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-024>
- Pennycook, Gordon, & Rand, David G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(7), 2521-2526. <https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>
- Pérez-Dasilva, Jesús Ángel, Meso-Ayerdi, Koldo, & Mendiguren-Goldospín, Terese (2020). Fake news and coronavirus: Detecting key players and trends through analysis of Twitter conversations. *Profesional de la información*, 29(3), <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Rodríguez Pérez, Carlos (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de comunicación*, 19(1), 243-258. <http://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a14>
- Rúas-Araújo, José, Pérez-Curiel, Concha, & López-López, Paulo Carlos (2020). New Challenges and Threats for Journalism in the Post-truth Era: Fact-checking and the Fake News Combat. In *Information Visualization in the Era of Innovative Journalism* (pp. 154-160). Routledge.
- Tambini, Damian (2017) *Fake news: public policy responses*. Media Policy Brief 20. The London School of Economics and Political Science. <http://eprints.lse.ac.uk/73015/>
- Teixeira, Juliana, & Martins, Allysson (2021). Thematic patterns of disinformation about COVID-19: The framing of checks in the Fato ou fake and Lupa agencies. *Journalism and Media*, 3(1), 27-39. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010003>
- Tuñón-Navarro, Jorge, & Sánchez-del-Vas, Rocío (2022). Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas? *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, 23, 75-95. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6347>

- Valenzuela, Sebastián, Halpern, Daniel, & Araneda, Felipe (2022). A downward spiral? A panel study of misinformation and media trust in Chile. *The International Journal of Press/Politics*, 27(2), 353-373. <https://doi.org/10.1177/19401612211025238>
- Vianna, Lucas, & Carvalho-Mendonça, Matheus T. (2021). El debate público envenenado y los límites de la regulación estatal: por una alfabetización digital ante el problema de las fake news. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 34, 19-40. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.01>
- Wardle, Claire, & Derakhshan, Hossein (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. <http://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-desinformation-A4-BAT.pdf>
- Wittenberg, Chloe, & Berinsky, Adam J. (2020). Misinformation and its correction. In *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform* (pp. 163-198). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108890960>
- Yuen, Vera W. (2023). The efficacy of health experts' communication in inducing support for COVID-19 measures and effect on trustworthiness: A survey in Hong Kong. *Social Science & Medicine*, 317, 115602. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115602>
- Zunino, Esteban (2021). Medios digitales y COVID-19: sobreinformación, polarización y desinformación. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 133-154. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.06>