

# EL FENÓMENO DE LA DESINFORMACIÓN Y EL DESAFÍO DE CORREGIRLA: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Ingrid Bachmann y Sebastián Valenzuela  
Facultad de Comunicaciones | Pontificia Universidad Católica de Chile

*Informe de discusión teórica en el marco del proyecto PLU200009<sup>1</sup>.*

---

## LOS DESÓRDENES INFORMATIVOS

Conceptos como verdad y mentira -y nuestra habilidad para distinguirlas- son temas centrales en la filosofía, la ciencia política, la psicología cognitiva y las comunicaciones, entre otras disciplinas. Históricamente se ha considerado que una ciudadanía informada es clave para el buen funcionamiento de la democracia e informar sobre verdades verificables (y verificadas) es tarea fundamental del periodismo profesional.

Sin embargo, en la última década, la preocupación por la difusión de la información falsa se ha agudizado. La creciente prevalencia de la información errónea o deliberadamente falsa, acompañada de un entorno mediático digitalizado, interconectado y polarizado, está reconfigurando fundamentalmente el panorama de la información en ámbitos como la política, la ciencia, la salud y todo tipo de asuntos públicos.

Conceptualmente hablando, la desinformación ha sido definida de múltiples maneras y en relación con otros conceptos, como hechos alternativos, posverdad y sátira informativa o *fake news* (Ecker et al. 2020b; Egelhofer y Lecheler, 2019; Lewandowsky y van der Linden, 2021; Salaverría et al., 2020 Tandoc et al., 2018; Valenzuela et al., 2021a). Autores como Wardle y Derakhshan (2017) prefieren hablar de “desórdenes informativos” para referirse al contexto en el que se mezcla y difunde información que es falsa (por ejemplo, con errores), que busca dañar a una persona, organización o país (por ejemplo, secretos industriales) o que combine ambas características (por ejemplo, contenido audiovisual manipulado para engañar a una persona). En el sitio de la ONG First Draft News, Wardle insiste en distinguir tres tipos de contenidos propios de los desórdenes informativos:

- ▶ *disinformation*, entendida como la entrega de información intencionalmente falsa, con el objetivo de desinformar;

---

<sup>1</sup> **Como citar este documento:**

Bachmann, I. y Valenzuela, S. (2021). *El fenómeno de la desinformación y el desafío de corregirla: una revisión bibliográfica*. Disponible en <http://efectofactcheck.cl>

- ▶ información errónea (o *misinformation*, en inglés), la interpretación errada, pero no maliciosa, del contenido, ya sea por razones contextuales o porque no se cuenta con todos los antecedentes para discernirla, e
- ▶ información maliciosa (o *malinformation*, en inglés), datos que no son necesariamente falsos, pero cuya difusión supone daño, como son las filtraciones de secretos corporativos o los llamados discursos de odio.

Las dos primeras han sido por traducidos, por lo general, como “desinformación” en español, lo que se presta para confusiones. Asimismo, varios autores prefieren usar el concepto de “desinformación” para captar los matices y complejidades de la difusión de información incorrecta, sin evidencia (no verificada) o ambigua, pero que no tiene necesariamente la intención de engañar a la audiencia (Brennen et al., 2020; Karlova y Fisher, 2013; Rodríguez-Fernández, 2019; Scheufele y Krause, 2019; Lewandowsky y van der Linden, 2021; Salaverría et al., 2021; Valenzuela et al., 2021a, 2021b; Wagner y Boczkowski, 2019; Zheng et al., 2021). Obviamente, incluso dentro de estas diferentes categorías hay diferentes niveles de peligrosidad. Con todo, existe consenso de que el término “fake news” es inapropiado, porque simplifica el fenómeno, es conceptualmente impreciso (¿puede una “verdad informativa” ser “falsa”?) y se ha convertido en término peyorativo, sobre todo en figuras que ostentan poder, para descalificar el trabajo periodístico, sobre todo cuando la prensa los cuestiona o ejerce su rol de perro guardián (Salaverría et al., 2020; Shin y Thorson, 2017; Valenzuela et al., 2021a, 2021b; Vijaykumar et al., 2021; Wagner y Boczkowski, 2019).

Conceptualmente hablando, para este efecto de este informe, “desinformación” corresponde al tipo de información que es “factualmente falsa”, es decir, que no se ajusta a la mejor evidencia disponible (Kuklinski et al., 2000). Este énfasis en la factualidad más que en la intención de engañar, es clave en un marco periodístico, pues responde al desafío de los profesionales de la información de reportar “verdades informativas”. De hecho, el *fact-checking* típicamente se concentra en mensajes que caen dentro de esta conceptualización, esto es, en verificar información verdadera que ha sido puesta en duda, o en corregir datos que son falsos (ver, por ejemplo, Salaverría et al., 2020; Vázquez-Herrero et al., 2019). Esta manera de conceptualizar desinformación también separa la información de fenómenos como el *click-bait*, la sátira y la parodia, o de lo que Bradshaw et al. (2019) denominaron “noticias basura”, la publicación de “información engañosa, engañosa o incorrecta empaquetada como noticias reales” no solo basándose en la falsificación, sino también que imitan el estilo de publicaciones reales. Existe evidencia de que para las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos abundaron este tipo de contenidos deliberadamente malicioso (Allcott y Gentzkow, 2017; Ongyano et al., 2020).

La evidencia internacional deja en claro que la desinformación es un fenómeno muy complejo, con aristas multidimensionales, incluidos factores emocionales, cognitivos y estructurales. Si bien no es nada nuevo, el problema de la desinformación hoy en día se desarrolla a una enorme escala gracias a la tecnología: la gran facilidad para compartir todo tipo de informaciones desde una casi infinita variedad de fuentes en las redes sociales ha contribuido a la circulación rapidísima y masiva de rumores, medias verdades y noticias falsas (Bode y Vraga, 2018; Cook et al., 2017; Dai et al., 2021;

Egelhofer y Lecheler, 2019; Ecker et al, 2020b; Huang y Wang, 2020; Lewandowsky y van der Linden, 2021; Martel et al., 2021; Masip et al., 2020; Sierra Caballero y Sola-Morales, 2020; Tandoc, et al., 2018; Valenzuela et al., 2019, 2021a; Wardle y Derakhshan, 2017; Zheng et al., 2021).

Un hallazgo consistente en estudios realizados en otros países es que la exposición a desinformación puede socavar la confianza en los medios de comunicación tradicionales y en todo tipo de instituciones, al punto de fomentar la desafección política y la polarización (Allcott y Gentzkow, 2017; Ecker et al. 2020b; Lewandowsky y van der Linden, 2021; Ongyanova et al., 2020; Scheufele y Krause, 2019; Sierra Caballero y Sola-Morales, 2020; Tandoc et al., 2019; Vraga y Tully, 2021; Wasserman y Madrid-Morales, 2019). El consumo de noticias falsas hace que las personas sean más proclives a adoptar diversas percepciones erróneas y a considerar a los medios como sesgados, incompetentes o manipuladores (Lewandowsky y van der Linden, 2021; Ongyanova et al., 2020; Wardle y Derakhshan, 2017; Yeo y McKasy, 2021; Walter et al., 2020).

En el caso chileno, los pocos estudios sobre desinformación confirman que Chile atraviesa por un desorden informativo y más que noticias fabricadas –como se vio en el contexto estadounidense durante las elecciones de 2016– los usuarios regularmente están expuestos a rumores, conjeturas y medias verdades. La mayoría de los chilenos reconocen haber recibido, creído e incluso compartido recientemente información que resultó ser desmentida (Halpern et al. 2019; Valenzuela et al. 2019; Valenzuela et al., 2021a). Datos de un equipo de investigadores de la Facultad de Comunicaciones UC muestran que, en el contexto del estallido social, el 51% de los encuestados escuchó información falsa y que el 41% la creyó (Grassau et al., 2019); un estudio similar en el contexto de la pandemia del COVID-19 en Chile mostró que el 66% de los encuestados había recibido información falsa relacionada con el coronavirus, pero solo el 23% reportó haber creído en esas historias (Grassau et al., 2020), posiblemente porque los usuarios se han vuelto más escépticos sobre ciertas informaciones que circulan en la esfera pública y porque varios podrían haber sido “inoculados” sobre estas desinformaciones (esto es, se enteraron primero de la corrección o verificación).

Con todo, estas cifras de exposición y credibilidad a desinformación son significativamente mayores que el caso de Estados Unidos en las elecciones de 2016 (Allcott y Gentzkow, 2017). En Chile, la edad y el uso de redes sociales aparecen como factores relevantes en la credibilidad de desinformación, con jóvenes menores de 25 y usuarios intensos de redes sociales como las personas más expuestas y que más creen en desinformación (Grassau et al., 2019; ver también Halpern et al., 2018). Estos datos son confirmados por un estudio panel de tres años de Valenzuela, Halpern y Arnedo (2021), si bien este último estudio sugiere que algunos usuarios también desarrollan habilidades para minimizar su exposición a desinformación. .

## CONSECUENCIAS DE LA DESINFORMACIÓN Y SU CORRECCIÓN

Aparte de la magnitud de la desinformación, una pregunta que suele informar muchas investigaciones sobre el tema es el impacto real de la desinformación. Por ejemplo, si acaso puede incidir en resultados políticos, como elecciones. Las respuestas a estas interrogantes suelen abordar tres posibles

impactos de la exposición a la desinformación: la formación de creencias falsas, la formación de juicios o evaluaciones, y comportamientos (o cambios de actitudes) (ver Boyer, 2021; Brashier et al., 2021; Cook et al., 2017). Sin embargo, la evidencia empírica en cualquiera de estos ámbitos es más bien débil, pues el grueso de los estudios ha tomado un enfoque transversal y no ha logrado establecer una relación causal directa o indirecta. Por ejemplo, un estudio de Gunther, Beck y Nisbet (2018) analizó a aquellos individuos que votaron por Barack Obama en 2012 y por Donald Trump en 2016 y encontraron que entre estos electores, el creer en informaciones negativas y falsas sobre Hillary Clinton y positivas y falsas sobre Donald Trump incidió en el cambio de voto (esto es, desde un candidato demócrata en 2012 a uno republicano en 2016). Asimismo, varios estudios dan cuenta de que los partidarios de Trump eran más propensos a visitar sitios web donde se difunden desinformación o noticias fabricadas, que los partidarios de Clinton, especialmente aquellos sitios que eran pro-Trump (e.g., Robertson et al., 2020; Shin y Thorson, 2017; Swire et al., 2017). La mayoría de estos estudios han sido transversales, no longitudinales, y en general corresponden a experimentos o encuestas, y no ha contado con datos observacionales que permitan sacar conclusiones casuales informadas sobre las consecuencias de la desinformación.

De hecho, para un tema que suele generar preocupación y cobertura mediática más bien sensacionalista, las investigaciones académicas sobre el tema han sido especialmente cuidadosos en no caer en explicaciones simplistas. Por ejemplo, exponerse a desinformación no se traduce necesariamente en creerla, y percepciones o creencias erróneas pueden tener su origen en varios mecanismos, no solo el consumo directo de información errónea. En esa línea, estudios recientes han comenzado a examinar diferentes factores que contribuyen a la adopción de la percepción errónea, incluyendo la pertenencia a grupos políticos o religiosos (por ejemplo, Vijaykumar et al. 2021; Vargo et al., 2018; van de Meer y Jin, 2020), y el uso de medios considerados ideológicos (Carnahan et al., 2018; Hameleers, 2020; Lewandowsky y van der Linden, 2021; Vijaykumar et al., 2021). Como plantearen Robertson et al. (2020), la investigación en esta área debe desentrañar las vías por las que la exposición a la desinformación influye en las creencias, actitudes y comportamientos políticos. El estudio de Grassau et al. (2019) en el contexto del estallido social da cuenta de individuos que reportan haber tenido conflictos personales, con discusiones en grupos de WhatsApp y expulsión o incluso abandono de ciertas redes sociales producto de debates sobre posibles desinformaciones. Así, el consumo de desinformación podría redundar en la tolerancia de otros puntos de vista y, por extensión, de la pluralidad de contenidos informativos. Sin embargo, este estudio es transversal, no longitudinal, y se basa en el autorreporte de los encuestados, por lo que hay que ser cautos a la hora de establecer vínculos causales.

En ese sentido, la investigación y las teorizaciones sobre los efectos de la desinformación deberían, dialogar más profundamente con la literatura sobre efectos de los medios de comunicación y considerar las consecuencias de la desinformación dentro de un entorno de comunicación amplio y complejo. Por ejemplo, Vargo et al. (2018) analizaron el poder de la desinformación para influir en la agenda de los medios y encontraron que el impacto es más bien moderado en los medios tradiciona-

les, pero que se ve amplificado en algunos medios más de nicho y sitios web. Asimismo, Amazeen et al. (2019) evaluaron el rol de los guardianes (*gatekeepers*) a la hora de amplificar desinformaciones.

Las razones por las que algunas personas tienden a considerar contenido dudoso como información verdadera o correcta han sido vinculadas también a procesos de razonamientos motivados, sesgos de confirmación y la tendencia de los seres humanos a creer que tienen razón incluso cuando están equivocados. Por ejemplo, las personas suelen procesar información de manera tal que puedan reforzar (o al menos mantener) sus respectivas percepciones de la realidad, incluso cuando se enfrentan a información que contradice sus creencias (Miller, Saunders y Farhart, 2016). Esto ha sido relacionado con la credibilidad en desinformación (Carnahan et al., 2018; Bode y Vraga, 2015; Strömbäck et al., 2020; van Stekelenburg et al., 2020; Vijaykumar et al., 2021), con las audiencias prefiriendo aquellos contenidos que ya dicen lo que ellos pensaban, independientemente de la falta de evidencia o de lógica de estos mensajes (Carnahan et al., 2018; Masip et al., 2020; Mattes y Redlawks, 2020; van Stekelenburg et al., 2020; van de Meer y Jin, 2020). Sin embargo, hay autores que consideran que más que procesos psicológicos de refuerzo, lo que está en juego en la desinformación es la falta de pensamiento analítico y alfabetismo medial: la gente tiene problemas para distinguir información legítima de desinformación, sobre todo en ámbitos digitales (Allcott y Gentzkow, 2017; Egelhofer y Lecheler, 2019; García-Marín, 2020; Masip et al., 2020; Penycok y Rand, 2019; Rapp y Salovich, 2018; Tsfati et al. 2020; Wagner y Boczkowski, 2019). Todo esto pone de relieve el que se necesita más trabajos sobre los posibles efectos indirectos de las fuentes poco fiables que suelen amplificar información errónea o falsa y sobre las consecuencias de estas desinformaciones. Así, se hace relevante considerar cómo la desinformación enriquece o desafía los supuestos y postulados de las teorías existentes sobre el efecto de los medios de comunicación y ver su impacto, por ejemplo, en ámbitos como la confianza en los medios, el cinismo y la apatía política, y las brechas en el procesamiento de informaciones (ver Walter et al., 2020, 2021).

En la literatura académica, la magnitud y los efectos de la exposición a correcciones de desinformación están muchos menos estudiados, si bien los últimos cinco años han visto un auge en investigaciones en esta área. Iniciativas de verificación de datos y corrección de desinformaciones han prosperado en los últimos años en Chile y el mundo, pero evidencia anecdótica y empírica deja claro que contrarrestar desinformación es mucho más difícil que difundir noticias falsas, sobre todo porque no todas las personas son igualmente receptivas a la verificación de datos (ver Amazeen et al., 2019; Carnahan y Garrett, 2020; Robertston et al., 2020; van Stekelenburg et al., 2020; Lewandowsky y van der Linden, 2021). Aceptar una corrección supone muchas veces desestimar una opinión ya formada sobre un asunto o aceptar que uno fue ingenuo, crédulo o de plano engañado (Bode y Vraga, 2018; Brashier et al., 2021; Ecker et al., 2020a; Freeze et al., 2021; Lewandowsky et al., 2012; Lewandowsky y van der Linden, 2021; Tandoc, 2019). En el contexto anglosajón, se ha visto que correcciones simples, breves y contundentes, con énfasis en los datos factuales más que en la lógica de los argumentos es más eficiente que explicaciones largas, con énfasis en la retórica argumental de las noticias falsas (Bode y Vraga, 2018; Chan et al., 2017; Clayton et al., 2020; Lewandowsky et al., 2012; Margolin et al., 2018; Vraga et al., 2020).

Meta-análisis recientes han estimado que los mensajes correctivos tienen un efecto entre moderado y grande en la formación de creencias más precisas, y que la desinformación en política es más difícil de corregir que la de otros campos como la salud (Robertson et al., 2020; Amazeen et al., 2019). La evidencia sugiere que la presentación y el estilo importan para el efecto de las correcciones, pero los hallazgos no son del todo consistentes respecto a las ventajas o desventajas del uso de ciertas etiquetas (Ardèvol-Abreu et al., 2020; Lee, 2020; Oeldorf-Hirsch et al., 2020; Shin y Thorson, 2017), si la corrección es previa, simultánea o posterior a la exposición de desinformación (Bode y Vraga, 2015; Dai et al., 2021; Lee, 2020; Zheng et al., 2021) o si formatos narrativos son más persuasivos que correcciones directas y al grano (Carnahan y Garrett, 2020; Sangalang et al., 2019; ver también Martel et al., 2021; Rich y Zaragoza, 2020; Yeo y McKasy, 2021). Adicionalmente, la información es consistente en que hay diferentes antecedentes demográficos relacionados con la exposición a corrección, su credibilidad y la voluntad de compartirlas: típicamente personas adultas, más sofisticadas políticamente y con una mayor alfabetización medial o una dieta informativa más variada (Carnahan y Garrett, 2020; Mattes y Redlawks, 2020; Robertson et al., 2020; Stubenvoll y Matthes, 2021; Swart y Broersma, 2021).

También hay un creciente interés en explorar el potencial de las plataformas de medios sociales para corregir la desinformación. Las correcciones algorítmicas, como la yuxtaposición de publicaciones con información errónea y publicaciones con correcciones (Bode & Vraga, 2015), o la marca del contenido como humor (Garrett & Poulsen, 2019), logran disminuir las percepciones erróneas. Las correcciones que se producen entre los usuarios también son efectivas, especialmente si provienen de usuarios con fuertes conexiones sociales con el individuo (Margolin, Hannak, & Weber, 2018) y cuando se proporciona una fuente externa para apoyar el argumento correctivo (Vraga & Bode, 2018).

Sin embargo, incluso si una corrección es eficaz para actualizar las creencias, puede no cambiar las actitudes de las personas. Shin y Thorson (2017) teorizaron el fenómeno como “ecos de creencias”: tras la exposición a información negativa sobre un candidato del partido contrario y una corrección posterior, los individuos reducen su creencia en el mensaje negativo pero siguen utilizándolo para evaluar al candidato. Del mismo modo, cuando los políticos de su propio partido mienten, los individuos reducen su creencia en la declaración falsa después de leer una corrección, pero no sus sentimientos hacia el político (Nyhan, Porter, Reifler, y Wood, 2019; Sangalang et al., 2019). Además, aclarar los hechos puede incluso producir nuevas formas de razonamiento motivado (ver, por ejemplo, Shin y Thorson, 2017 y van Stekelenburg et al., 2020). Aunque la mayoría de las investigaciones existentes se centran en el contenido y la presentación de la información correctiva, el diseño de dicha información también debería basarse en un profundo conocimiento de su audiencia: su conocimiento previo sobre el tema, sus motivaciones y necesidades, así como sus valores e identidades (ver Martel et al., 2021; Shin y Thorson, 2017; Wagner & Boczkowski, 2019).

Más aún, estudios en este ámbito debería prestar más atención a los efectos de la información correctiva más allá de la actualización de ciertas creencias. La corrección de información podría traducirse, al menos en teoría, en efectos contraproducentes (ver Ardèvol-Abreu et al., 2020; Huang y Wang,

2020; Oeldorf-Hirsch et al., 2020; Walter et al., 2020, 2021). Por ejemplo, la actualización de creencias inducida por las correcciones puede ocurrir a expensas de otros tipos de razonamientos sesgados que buscan conservar las visiones del mundo preferidas por las personas y así reforzar actitudes previas, realizar atribuciones sesgadas o desarrollar percepciones hostiles hacia la fuente de la corrección (Ardèvol-Abreu et al., 2020; Shin y Thorson, 2017; ver, sin embargo, Valenzuela et al., 2021a).

El grueso de estos estudios se ha realizado en el contexto del Norte Global y existe evidencia de que el contexto cultural en el que se da exposición a desinformación y su corrección puede influir en su impacto (Carnahan y Garrett., 2020; van Stekelenburg et al., 2020). Esto es, la gente tiene diferentes maneras de acercarse y procesar (des)información, y dado que la cultura de la comunicación política de cada país configura las formas de presentar e interpretar la política en las noticias (Hantzsch, 2008a; 2008b; ver también Blumler & Gurevitch, 1995) es importante considerar otros contextos y otras maneras de hacer y consumir noticias. Por ejemplo, estudios en Chile han mostrado que el uso de recursos melodramáticos –personalización y emocionalización– en las noticias de televisión son moderados, pero frecuentes (Mujica y Bachmann, 2015). Aunque algunos autores consideran esto una señal de sensacionalismo, existe evidencia de que estos formatos en la presentación de información favorecen, al menos en ciertos individuos, la atención, la recordación y la comprensión de la información presentada (Mujica y Bachmann, 2018; ver también Valenzuela et al., 2021b). Así, es posible que el uso de estos recursos también pueda ser útil a la hora de corregir desinformaciones, si bien no parece haber sido examinado a la fecha

## LA (DES)CONFIANZA EN LOS MEDIOS

La confianza hacia los medios tradicionales ha ido disminuyendo a nivel global desde fines de la década de los ochenta (ver por ejemplo Bennet et al. 2001; Strömbäck et al., 2020). Esta disminución de la confianza ha sido relacionada negativamente con niveles de escepticismo en el caso de exposición a medios tradicionales (Tsfati y Cappella, 2003). Asimismo, estudios en percepción de noticias muestran que la desconfianza hacia las noticias se basa en temas como imparcialidad, sensacionalismo, relevancia y ausencia de profundidad en el reporte (Fisher et al., 2020). El Barómetro Edelman muestra en su informe 2020, con datos de países como Australia, Brasil, Canadá, Colombia, India, Reino Unido y Singapur, que en promedio el 51% de los encuestados cree que la prensa sirve los intereses de sólo unos pocos, mientras que el 32% piensa que la prensa da cuenta de los intereses de todos en forma igualitaria y justa (Edelman Barometer, 2020).

El caso chileno no es distinto. En un país con importantes niveles de paralelismo político (donde la mayoría de los dueños de medios son parte de la clase sociopolítica) y en un escenario de creciente recelo respecto de elites políticas y de medios (Bachmann y Mujica, 2019; De Tezanos et al., 2016; González y Morán 2020; Mönckeberg, 2009), la confianza en los medios tradicionales y el consumo de noticias ha estado a la baja (Newman et al., 2020). De hecho, Chile figura entre los pocos países en que las personas reportan confiar más en las informaciones que encuentran en redes

sociales que en las de medios tradicionales (Newman et al., 2020), incluso cuando se reconoce la presencia de abundante información falsa en estas plataformas (Grassau et al., 2019).

Un estudio realizado en el contexto del estallido social mostró que la mayoría de los encuestados estaba disconforme con el desempeño de los medios tradicionales y cuestionaba no solo la veracidad y confiabilidad en la entrega de noticias relacionada con la crisis, sino que ponían en duda el rol de la prensa para controlar al poder político y su capacidad de contribuir a gestionar la crisis (Grassau et al., 2019). Más aún, sobre el 85% de los encuestados opinó que los periodistas no cubren los hechos importantes ni entrevistan a las personas apropiadas, y el 71% estuvo de acuerdo con la afirmación “los periodistas generalmente presentan solo un lado de la noticia” (Grassau et al., 2019). Los datos no cambiaron significativamente en un estudio similar aplicado en el contexto de la pandemia del COVID-19 en Chile (Grassau et al., 2020).

Estudios recientes en el contexto estadounidense y europeo plantean que la credibilidad y confianza en medios tradicionales se puede reforzar a través de medidas de transparencia, incluidos explicaciones sobre el proceso de reporteo, detalles sobre cómo la noticia en cuestión fue formulada y el nombre, foto e información de contacto del periodista que escribe la noticia (ver, por ejemplo, Curry y Stroud, 2021; Johnson y St. John III, 2021; Karlsson et al., 2014, 2017; Masullo et al., 2021). Esto sugiere que datos sobre por qué y cómo se cubre una historia puede incidir en una mayor credibilidad de periodistas, artículos y organizaciones. Estas medidas de transparencia no han sido examinadas en contextos de corrección de desinformación, aunque sí existe evidencia de que algunas personas desconfían de correcciones ligadas a medios específicos, sobre todo si los creen sesgados (e.g., Egelhofer y Lecheler, 2019; Lee, 2020; Stubenvoll y Matthes 2021; Tandoc, 2019).

El recelo sobre el quehacer periodístico de los medios y las dudas sobre la diversidad de las noticias que entregan no solo es un llamado de atención, sino que supone una amenaza importante al pluralismo de contenidos en el sistema informativo que se ve exacerbado en un contexto de desórdenes informativos: se pone en duda la calidad de la información y la autoridad de periodistas para dar cuenta de la verdad. Así, no se confía en que se entrega a los ciudadanos lo necesario para comprender los asuntos públicos o para el intercambio de ideas en una sociedad democrática. En ese sentido, la evidencia internacional sugiere que la exposición a desinformación puede generar cinismo político (Barnett, 2008; Jones-Jang, Kim y Kenski, 2021; Valenzuela et al., 2019), e influir en el juicio de las personas sobre qué es real o falso (Rapp y Salovich, 2018; Tsfati et al. 2020). La desconfianza en los medios también está correlacionada con la preferencia por fuentes alternativas de información, al margen de los medios tradicionales (Fletcher y Park, 2017; ver también Clayton et al., 2020; Strömback et al., 2020;). De hecho, los meta-análisis de Nathan Walter ((Walter & Murphy, 2018; Tukachinsky, 2020; Walter et al., 2020, 2021) insisten en que la relación entre la exposición a correcciones y la confianza en futuras nuevas informaciones está subexplorada.

La desconfianza en medios también redundando en la exposición selectiva. De hecho, existe evidencia de que la difusión y credibilidad de la desinformación en internet está relacionada con las cámaras de eco (Del Vicario et al., 2015; Törnberg, 2018), espacios grupales polarizados, cerrados y centrados en ideas y relatos específicos (Bessi, 2016; Barberá, 2020). Es más, hay estudios que mues-

tran que los usuarios de redes sociales tienden a unirse a ciertas comunidades polarizadas para recibir información que reafirme sus creencias previas (Zollo y Quattrociocchi, 2018; ver también Barberá, 2020; Lodola y Kitzberger, 2017).

Asimismo, los desórdenes informativos pueden favorecer esta desconfianza a través del efecto de medios hostiles. Las personas de la audiencia no son receptoras pasivas ni imparciales, sino que interpretan los mensajes de acuerdo con sus propios valores, actitudes y experiencias (Gunther 1992; Rojas, 2010; Wojcieszak, 2010), y existe evidencia de que aquellos individuos con posturas intensas sobre un tema (por ejemplo, partidarios y detractores en un tema sensible) perciben la cobertura mediática sobre esos temas como sesgada, y por lo tanto, hostil, contra sus puntos de vista (Arpan y Raney, 2003; Lodola y Kitzberger, 2017; Tsang y Rojas, 2019). Así, gente altamente partidista o ideologizada ve un sesgo hostil en los medios y suele manifestar menores niveles de confianza en los medios tradicionales (Lodola y Kitzberger, 2017; Rojas, 2010; Wojcieszak, 2010) y preferir fuentes alternativas de información, más alineados con sus puntos de vista (Fletcher y Park, 2017; Strömback et al., 2020; Swart, & 2021; Broersma, Tsang y Rojas, 2019).

Varios autores plantean que la proliferación de iniciativas de verificación de información y la mera corrección de desinformación puede fomentar los desórdenes informativos: hacen evidente que buena parte de los mensajes que circulan en la esfera pública no son correctos o no han sido verificados, lo que termina generando dudas sobre qué es finalmente verdadero o incluso pueden reducir la credibilidad del trabajo periodístico (Freeze et al., 2021; Martel et al., 2021; Margolin et al., 2018; Vraga et al., 2019; Zheng et al., 2021). Esto se puede relacionar con lo que en psicología se ha llamado “efecto de verdad contaminada”, por el cual individuos al tanto de la posibilidad de desinformación —o al menos, de errores en datos factuales— tienden a desacreditar información verdadera en mayor medida que aquellos que no está conscientes de ese riesgo (Echterhoff et al., 2007; Freeze et al., 2021; Szpitalak, 2017). En otras palabras, para evitar el riesgo de equivocarse y ser engañados, estas personas más alertas con la idea de que la información no siempre es correcta termina desestimando como falsas informaciones que sí son verdaderas o que han sido verificadas. Así, la exposición a correcciones, o al menos a advertencias sobre el riesgo de desinformación, puede redundar en una ultracorrección que termina distorsionando la credibilidad de las noticias verdaderas (Clayton et al., 2020; ver también Bago et al., 2020; Freeze et al., 2021). En consecuencia, la exposición a correcciones de desinformación puede llevar a la gente desconfiar del contenido de los medios informativos por el mero hecho de ponerlos en alerta. Recientemente algunos estudios han comenzado a explorar este posible efecto (Ognyanova et al., 2020, en el caso estadounidense y Valenzuela et al., 2021a, en el caso chileno), pero se necesita más evidencia y datos para avanzar teóricamente.

## LA AMENAZA AL PLURALISMO

Además de las amenazas tecnológicas y económicas que ha enfrentado el periodismo en los últimos años, la desinformación supone una presión adicional sobre los periodistas, en la medida en que los obliga a intentar defender su autoridad profesional (Berger, 2018; Nielsen y Fletcher, 2020;

Rodríguez-Fernández, 2019; Waisbord, 2018). Los desórdenes informativos polarizan las actitudes de los ciudadanos, con evidencia de que redundan en menor credibilidad en los medios y mayor apoyo al gobierno cuando este es del partido o corriente con el que uno se identifica (Ognyanova et al., 2020; Walter et al., 2020a, 2020b; Lewandowsky y van der Linden, 2021).

Diferentes autores plantean que los desórdenes informativos terminan socavando la confianza en las instituciones, desacreditado la diversidad de opiniones y incluso afectando la confianza interpersonal (Ardèvol-Abreu et al., 2020; Barberá, 2020; Ognyanova et al., 2020; Lewandowsky y van der Linden, 2021). Esto tiene consecuencias en la polarización política: se amplifican las ideas extremistas y la sociedad queda dividida en los polos del espectro (Ardèvol-Abreu et al., 2021; Barberá, 2020; Montalvo y Reynal-Querol, 2005). También tiene impacto en el futuro del periodismo y en el sistema informativo (Nielsen y Fletcher, 2020). Por lo tanto, también incide en cómo los ciudadanos se involucran en los asuntos públicos. Si bien el periodismo “probablemente ha hecho menos por la democracia de lo que a muchos periodistas y académicos les gustaría pensar” (Gans, 2003, citado por Nielsen y Fletcher, 2020, p. 141), las noticias son parte integral de las democracias, porque ayudan a los ciudadanos a navegar por el mundo público más allá de la experiencia personal (Nielsen y Fletcher, 2020; ver también Wahl-Jorgensen et al., 2016; Del Fresno, 2019; McCombs y Valenzuela, 2020). Con imperfecciones y todo, el periodismo independiente y profesional históricamente ha informado al público, ayudado a las personas a dar sentido al mundo “a través del análisis, la interpretación y la representación de fuerzas en conflicto” (Nielsen y Fletcher, 2020, p. 141). También ha permitido que los miembros de la audiencia se vean a sí mismos como parte de una comunidad y actúen en conjunto para influir en los asuntos públicos (Barberá, 2020; Rojas, 2010; Ognyanova et al., 2020; Waisbord, 2018).

Hace unos años, Barnett (2008) argumentaba que la existencia de dudas sobre la esfera de los medios podía afectar significativamente la percepción pública del periodismo en general y llevar a un escepticismo generalizado sobre la profesión. En esa misma línea, Jacquette (2009) advirtió que un público escéptico y desconfiado podría cuestionar la idea de que el periodismo es un bien público guiado por un imperativo moral de decir la verdad. Esto no es un tema menor: al desconfiar en el sistema informativo, es posible que las personas se sientan reacios a consumir noticias en medios tradicionales y llegar incluso al extremo de evitarlas, lo que a la larga lleva a una mayor desigualdad en el acceso a la información (Valenzuela et al., 2019).

Asimismo, la polarización que resulta de las cámaras de eco y las burbujas filtro bien puede hacer que el público esté menos dispuesto a la diversidad de ideas o incluso a rechazar la prensa independiente, que es vista como sesgada (Rojas, 2010; Tsang y Rojas 2019; Wojcieszak, 2010). Tal disminución en la valoración y demanda por el pluralismo -ya sea informativo, ya sea político- redundará finalmente en la calidad del discurso público.

\*\*\*

Todo lo anterior subraya la importancia de seguir examinando la exposición a la corrección de la información errónea, y hasta qué punto influye en que la gente considere a los medios de comunicación como parciales, incompetentes o manipuladores. Sin una comprensión clara de ello, se corre el riesgo de proponer soluciones ineficaces o directamente erróneas a la información falsa. Los estudios en este ámbito deben considerar a las audiencias y, en particular, el contexto en el que se desenvuelven, de modo de obtener una solución no normativa, pero de implicancias prácticas y comprobadas.

## REFERENCIAS

- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Amazeen, A., Vargo, C. y Hopp, T. (2019). Reinforcing attitudes in a gatewatching news era: Individual-level antecedents to sharing fact-checks on social media. *Communication Monographs*, 86(1), 112-132.
- Ardèvol-Abreu, A., Delponti, P. y Rodríguez-Wangüemert, C. (2020). Intentional or inadvertent fake news sharing? Fact-checking warnings and users' interaction with social media content. *Profesional de la información*, 29(5), e290507.
- Arpan, L. y Raney, A. (2003). An experimental investigation of news source and the hostile media effect. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(2), 265-281.
- Bachmann, I. y Mujica, C. (2019). Exemplars as argumentative strategy in broadcast news: Analyzing the case of Chile. *Journalism Practice*, 13(9), 1042-1056.
- Bago, B., Rand, D. y Pennycook, G. (2020). Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines. *Journal of Experimental Psychology: General*, 149(8), 1608-1613.
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. En N. Persily y J. A. Tucker (eds), *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (pp. 34-55). Cambridge University Press
- Barnett, S. (2008). On the road to self-destruction. *British Journalism Review*, 19(2), 5-13.
- Bennett, S., Rhine, S., y Flickinger, R. (2001). Assessing Americans' opinions about the news media's fairness in 1996 and 1998. *Political Communication*, 18(2), 163-182.
- Bessi, A. (2016). Personality traits and echo chambers on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 65, 319-324.
- Bode, L. y Vraga, E. K. (2018). See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. *Health Communication*, 33(9), 1131-1140.
- Bode, L. y Vraga, E. K. (2015). In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. *Journal of Communication*, 65(3), 619-638.
- Brashier, N., Pennycook, G., Berinsky, A., y Rand, D. (2021). Timing matters when correcting fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(5), e2020043118.

- Brennen, J. S., Simon, F. M.; Howard, P. N. y Nielsen, R. (2020). Types, sources, and claims of Co-vid-19 misinformation” *Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet*, abril 2020. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>
- Budescu, D., Por, H., Broomell, S. y Smithson, M. (2014). The interpretation of IPCC probabilistic statements around the world. *Nature Climate Change*, 4, 508-512.
- Carnahan, D. y Garrett, R. K. (2020). Processing style and responsiveness to corrective information. *International Journal of Public Opinion Research*, 32(3), 530-546.
- Carnahan, D., Hao, G., Jiang, X. y Lee, H. (2018). Feeling fine about being wrong: The influence of self-affirmation on the effectiveness of corrective information, *Human Communication Research*, 44(3), 274-298.
- Chan, M. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., y Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531-1546.
- Clayton, K. et al. (2020). 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*. 42, 1073-1095.
- Cook, J., Lewandowsky, S. y Ecker, U. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLoS ONE*, 12(5): e0175799.
- Curry, A. L., y Stroud, N. J. (2021). The effects of journalistic transparency on credibility assessments and engagement intentions. *Journalism*, 22(4), 901-918.
- Dai, Y., Yu, W., y Shen, F. (2021). The effects of message order and debiasing information in misinformation correction. *International Journal of Communication*, 15, 1039-1059.
- Del-Fresno-García, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El Profesional de la Información*, 28(3), e280302.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, E. y Quattrociocchi, W. (2015). Echo chambers in the age of misinformation. arXiv preprint arXiv:1509.00189
- De Tezanos, P., Cortés, F., y Concha, M. (2016). Participación política y descontento en Chile: Una tensión entre el interés en los temas políticos y la desafección generalizada. *Midevidencias*, 6, 1-6.
- Echterhoff, G., Groll, S., y Hirst, W. (2007). Tainted truth: Overcorrection for misinformation influence on eyewitness memory. *Social Cognition*, 25(3), 367-409.
- Ecker, U., Lewandowsky, S. y Chadwick, M. (2020). Can corrections spread misinformation to new audiences? Testing for the elusive familiarity backfire effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5, e41.
- Ecker, U., Butler, L.H. y Hamby, A. (2020). You don't have to tell a story! A registered report testing the effectiveness of narrative versus non-narrative misinformation corrections. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5, e64.
- Egelhofer, J. L. y Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116.
- Fletcher, R., y Park, S. (2017). The impact of trust in the news media on online news consumption and participation. *Digital Journalism*, 5(10), 1281-1299.
- Freeze, M., Baumgartner, M., Bruno, P., Gunderson, J., Olin, J., Ross, M. y Szafran, J. (2021). Fake claims of fake news: Political misinformation, warnings, and the tainted truth effect. *Political Behavior*, 43, 1433-1465.

- García-Marín, D. (2020). Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la Covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(4), e290411.
- González, R. y Morán, C. (2020) The 2019-2020 Chilean protests: A first look at their causes and participants. *International Journal of Sociology*, 50(3), 227-235.
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019). *Estudio de opinión pública: Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile*. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en <http://bit.ly/EncuestaMediosFComUC>
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2020). *Comunicaciones, desinformación y emociones en la pandemia COVID-19 en Chile*. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en <https://bit.ly/EncuestaCOVIDFComUC>
- Guess, A., Nagler, J., y Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), e4586.
- Gunther, A. (1992). Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public Opinion Quarterly*, 56(2). 147-167.
- Halpern, D., Valenzuela, S., Katz, J. y Miranda, J. P. (2019). From belief in conspiracy theories to trust in others: Which factors influence exposure, believing and sharing fake news. En: Meiselwitz G. (ed), *Social Computing and Social Media. Design, Human Behavior and Analytics. Lecture Notes in Computer Science* (pp. 217-232). Springer
- Hameleers, M. (2020). Separating truth from lies: Comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1764603>
- Huang, Y. y Wang, W. (2020): When a story contradicts: correcting health misinformation on social media through different message formats and mechanisms, *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1851390>
- Jacquette, D. (2009). Journalism ethics as truth-telling in the public interest. En A. Stuart (ed.), *The Routledge Companion to News and Journalism* (pp. 213-222). Routledge.
- Johnson, K. & St. John III, B. (2021) Transparency in the news: The impact of self-disclosure and process disclosure on the perceived credibility of the journalist, the story, and the organization. *Journalism Studies*, 22(7), 953-970.
- Jones-Jang, S. M., Kim, D. H., y Kenski, K. (2020). Perceptions of mis-or disinformation exposure predict political cynicism: Evidence from a two-wave survey during the 2018 US midterm elections. *New Media & Society*. 23(10), 3105-3125.
- Karlova, N. A., y Fisher, K. E. (2013). "Plz RT": A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour." *Information Research*, 18(1), 1-17.
- Karlsson, M., Clerwall, C. y Nord, K. (2014). You ain't seen nothing yet: Transparency's (lack of) effect on source and message credibility. *Journalism Studies*, 15(5), 668-678.

- Karlsson, M., Clerwall, C., & Nord, L. (2017). Do not stand corrected: Transparency and users' attitudes to inaccurate news and corrections in online journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 148-167.
- Lee, J. (2020): The effect of web add-on correction and narrative correction on belief in misinformation depending on motivations for using social media. *Behaviour & Information Technology*. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1829708>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., y Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. y Cook, J. (2017). Beyond misinformation: understanding and coping with the "post-truth" era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. 6(4), 353-369.
- Lewandowsky, S. y van der Linden, S. (2021): Countering misinformation and fake news through inoculation and prebunking. *European Review of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1876983>
- Lodola, G. y Kitzberger, P. (2017). Politización y confianza en los medios de comunicación: Argentina durante el kirchnerismo. *Revista de Ciencia Política*, 37(3), 635-658.
- Lu, Y. (2019). Incidental exposure to political disagreement on facebook and corrective participation: Unraveling the effects of emotional responses and issue relevance. *International Journal of Communication*, 13, 874-896.
- Margolin, D., Hannak, A. y Weber, I. (2018). Political fact-checking on Twitter: When do corrections have an effect?. *Political Communication*, 35(2), 196-219.
- Martel, C. Mosleh, M., y Rand, D. (2021). You're definitely wrong, maybe: correction style has minimal effect on corrections of misinformation online. *Media and Communication*, 9(1), 120-133.
- Masip, P., Suau, J., y Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *El Profesional de la Información*, 29(5), e290527.
- Masullo, G., Curry, A., Whipple, K., y Murray, C. (2021): The story behind the story: Examining transparency about the journalistic process and news outlet credibility. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1870529>
- Mattes, K. y Redlawks, D. (2020). Voluntary exposure to political fact checks. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(4), 913-935.
- Matthes, J., Hayes, A., Rojas, H., Shen, F., Min, S-J., y Dylko, I. (2012). Exemplifying a dispositional approach to cross-cultural spiral of silence research: Fear of social isolation and the inclination to self-censor. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(3), 287-305.
- McCombs, M., y Valenzuela, S. (2020). *Setting the Agenda: The News Media and Public Opinion (3rd ed.)*. Polity Press
- Miller, J. M., Saunders, K. L., y Farhart, C. E. (2016). Conspiracy endorsement as motivated reasoning: The moderating roles of political knowledge and trust. *American Journal of Political Science*, 60(4), 824-844.
- Mujica, C. y Bachmann, I. (2018). The impact of melodramatic news coverage on information recall and comprehension of information. *Journalism Studies*, 19(3), 334-352.

- Mujica, C. y Bachmann, I. (2015). Beyond the public/commercial broadcaster dichotomy: Homogenization and melodramatization of news coverage in Chile. *International Journal of Communication*, 9, 210-230
- Nielsen, R. K. y Fletcher, R. (2020). Democratic creative destruction? The effect of a changing media landscape on democracy. En N. Persily y J. A. Tucker (eds), *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (pp. 139-162). Cambridge University Press.
- Nyhan, B., y Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330.
- Ognyanova, K. (2019). The social context of media trust: a network influence model. *Journal of Communication*, 69(5), 539-562.
- Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E., y Wilson, C. (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 (HSK) Misinformation Review*, 1(4)
- Oeldorf-Hirsch, A., Schmierbach, M., Appelman, A. y Boyle, M. (2020) The ineffectiveness of fact-checking labels on news memes and articles. *Mass Communication and Society*, 23(5), 682-704.
- Peifer, J. T., & Meisinger, J. (2021). The Value of explaining the process: How journalistic transparency and perceptions of news media importance can (sometimes) foster message credibility and engagement intentions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/10776990211012953>
- Pennycook, G., y Rand, D. G. (2019b). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Rapp, D. N., y Salovich, N. A. (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.
- Rich, P. y Zaragoza, M. (2020). Correcting misinformation in news stories: An investigation of correction timing and correction durability. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(3), 310-322.
- Robertson, C. T., Mourão, R. R., & Thorson, E. (2020). Who uses fact-checking sites? The impact of demographics, political antecedents, and media use on fact-checking site awareness, attitudes, and behavior. *The International Journal of Press/Politics*, 25(2), 217-237.
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *El Profesional de la Información*, 28(3), e280306.
- Rojas, H. (2010). "Corrective" actions in the public sphere: How perceptions of media and media effects shape political behaviors. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(3), 343-363.
- Rojas, H. y Valenzuela, S. (2019). A call to contextualize public opinion-based research in political communication. *Political Communication*, 36(4), 652-659.
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), e290315.
- Sangalang, A., Ophir, Y., y Cappella, J. (2019). The Potential for narrative correctives to combat misinformation. *Journal of Communication*, 69(2), 298-319.
- Scheufele, D. y Krause, N. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669.

- Shin, J. y Thorson, K. (2017), Partisan selective sharing: The biased diffusion of fact-checking messages on social media. *Journal of Communication*, 67, 233-255.
- Sierra Caballero, F. y Sola-Morales, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, e7604.
- Szpitalak, M. (2017). The indirectly generated tainted truth effect: warning is not necessary to worsen the testimony of non-misled persons. *Psychology, Crime & Law*, 23(4), 323-341.
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H. Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R. y Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139-156.
- Stubenvoll, M., y Matthes, J. (2021). Why retractions of numerical misinformation fail: The anchoring effect of inaccurate numbers in the news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/10776990211021800>
- Swart, J., & Broersma, M. (2021). The trust gap: Young people's tactics for assessing the reliability of political news. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612211006696>
- Swire, B, Berinsky, AJ, Lewandowsky, S, y Ecker, UKH. 2017 Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society Open Science*, 4, 160802.
- Tandoc, E. (2019). The facts of fake news: A research review. *Sociology Compass*, 13, e12724.
- Tandoc, E., Lim, Z. W., y Ling, R. (2018). Defining "fake news". A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Tandoc, E., Jenkins, J., y Craft, S. (2019). Fake news as a critical incident in journalism. *Journalism Practice*, 13(6), 673-689.
- Törnberg, P. (2018). Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. *PLoS ONE*, 13(9), e0203958.
- Tsang, S. J. y Rojas, H. (2020): Opinion leaders, perceived media hostility and political participation, *Communication Studies*, 1-20.
- Tsfati, Y., y Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30(5), 504-529.
- Tsfati, Y. Boomgaarden, H., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A. y Lindgren, E. (2020) Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173.
- Valenzuela, S., Bachmann, I., Mujica, C., Labarca, C., Grassau, D., Halpern, D. y Puente, S. (2021). Competing frames and melodrama: The effects of Facebook posts on policy preferences about COVID-19. *Digital Journalism*, 9(9), 1411-1430
- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J. E. y Miranda, J.P. (2019). The paradox of participation versus misinformation: Social media, political engagement, and the spread of misinformation, *Digital Journalism*, 7(6), 802-823.
- Valenzuela, S., Halpern, D., y Araneda, F. (2021). A downward spiral? A panel study of misinformation and media trust in Chile. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612211025238>

- Valenzuela, S., Bachmann, I. y Bargsted, M. (2021). The personal is the political? What do WhatsApp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile. *Digital Journalism*, 9(2), 155-175.
- van der Meer & Jin, Y. (2020) Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560-575.
- van Stekelenburg, A., Schaap, G., Veling, H., y Buijzen, M. (2020). Correcting misperceptions: the causal role of motivation in corrective science communication about vaccine and food safety. *Science Communication*, 42(1), 31-60.
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20(5), 2028-2049.
- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, Á., y López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El Profesional de la Información*, 28(3), e280301.
- Vijaykumar, S. Jin, Y., Rogerson, D. et al. (2021). How shades of truth and age affect responses to COVID-19 (Mis)information: randomized survey experiment among WhatsApp users in UK and Brazil. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8, e88.-
- Vraga, E. K. y Bode, L. (2020). Defining misinformation and understanding its bounded nature: Using expertise and evidence for describing misinformation. *Political Communication*, 37(1), 136-144.
- Vraga, E. K., Kim, S., y Cook, J. (2019). Testing logic-based and humor-based corrections for science, health, and political misinformation on social media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 393-414.
- Vraga, E. K., Kim, S., Cook, J. y Bode, L. (2020). Testing the effectiveness of correction placement and type on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 25(4), 632-665.
- Vraga, E. K. y Tully, M. (2019). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*, 24(2), 150-166.
- Wagner, M.C y Boczkowski, P. J.(2019). The reception of fake news: The interpretations and practices that shape the consumption of perceived misinformation. *Digital Journalism*, 7(7), 870-885.
- Wahl-Jorgensen, K., Williams, A., Sambrook, R., Harris, J., Garcia-Blanco, I., Dencik, L., Cushion, S., Carter, C. y Allan, S. (2016) The future of journalism. *Digital Journalism*, 4(7), 809-815.
- Waisbord, S. (2018) Truth is what happens to news. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878.
- Walter, N., Brooks, J., Saucier, C. y Suresh, S. (2021): Evaluating the impact of attempts to correct health misinformation on social media: A meta-analysis. *Health Communication*, 36(13), 1776-1784
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, L. y Morag, Y. (2020) Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom. *Political Communication*, 37(3), 350-375.
- Walter, N. & Murphy, S. (2018) How to unring the bell: A meta-analytic approach to correction of misinformation. *Communication Monographs*, 85(3), 423-441.
- Walter, N., & Tukachinsky, R. (2020). A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it? *Communication Research*, 47(2), 155-177.

- Wardle, C. y Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder>
- Wasserman, Herman (2020). Fake news from Africa: Panics, politics and paradigms. *Journalism*, 21(1), 3-16.
- Wasserman, H. y Madrid-Morales, D. (2019). An exploratory study of “fake news” and media trust in Kenya, Nigeria and South Africa. *African Journalism Studies*, 40(1), 107-123.
- Wojcieszak, M. (2010). Medios hostiles, públicos hostiles: factores que influyen en las percepciones sobre los medios. En H. Rojas, I. Pérez y H. Gil de Zúñiga (eds.), *Comunicación y comunidad* (pp. 58-79).
- Yeo, S. y McKasy, M. (2021). Emotion and humor as misinformation antidotes. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(15), e2002484118.
- Zheng, X., Wu, S. y Nie, D. (2021): Online health misinformation and corrective messages in China: A comparison of message features. *Communication Studies*. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1917437>
- Zollo, F., y Quattrociocchi, W. (2018). Misinformation spreading on Facebook. En S. Lehmann, y Y. Ahn (eds.), *Complex Spreading Phenomena in Social Systems* (pp. 177-196). Springer.