

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 19, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-85-3

Narrativas digitales contra la desinformación.

Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información (2023)

María Isabel Míguez-González; Alberto Dafonte-Gómez (coords.)

Separata

Capítulo 1

Título del Capítulo

«Arqueología de la desinformación en el siglo XXI: evolución, lenguajes y perspectivas de futuro»

Autoría

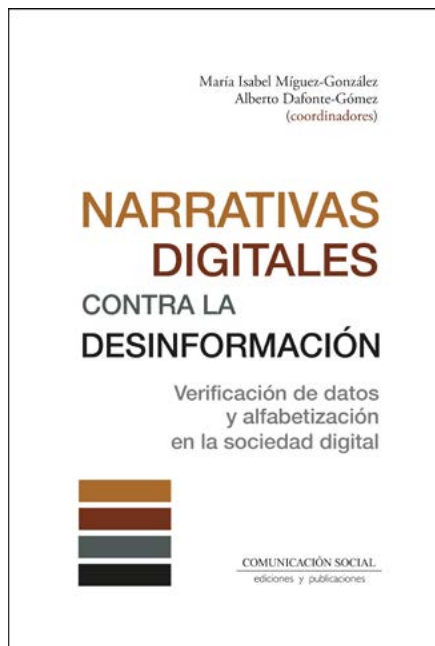
Carolina Fernández-Castrillo
Raúl Magallón-Rosa

Cómo citar este Capítulo

Fernández-Castrillo, C.; Magallón-Rosa, R. (2023): «Arqueología de la desinformación en el siglo XXI: evolución, lenguajes y perspectivas de futuro». En Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A. (coords.), *Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-85-3

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c1.emcs.19.p105>



El libro *Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El fenómeno de la desinformación ya no es un mero fantasma dispuesto a volcar su saco de incertidumbre en momentos puntuales de confusión general, sino una espesa sombra decidida a echar raíces en la sociedad digital actual, amenazando los sistemas políticos democráticos y nublando la credibilidad de los medios de comunicación que los sostienen. Las alarmas han saltado, suscitando la necesidad de emprender una lucha ferviente para mitigar los efectos de este malintencionado patrón comunicativo que puede poner en jaque mate el derecho a la información veraz del que gozan los ciudadanos respecto a hechos de relevancia pública. Las iniciativas periodísticas de *fact-checking* han abordado la pugna desde dos vertientes:

- una labor de verificación de contenidos tanto en los medios de comunicación tradicionales como en redes sociales, y
- una tarea de alfabetización mediática.

Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información presenta los resultados de un estudio que ofrece al lector diferentes análisis del fenómeno de la desinformación, el papel esencial de los *fact-checkers* y las herramientas necesarias para enfrentarse con seguridad al engranaje informativo y de contenidos.

Sumario

Presentación

por María Isabel Míguez-González; Alberto Dafonte-Gómez 11

PRIMERA PARTE

Desinformación y verificación de datos

- 1. Arqueología de la desinformación en el siglo XXI: evolución, lenguajes y perspectivas de futuro**
por Carolina Fernández-Castrillo; Raúl Magallón-Rosa 15
 - Introducción 15*
 - 1. Los desórdenes informativos en la era de la desinformación.. 18*
 - 2. La evolución del ecosistema desinformativo y la adaptación de las distintas disciplinas al estudio del fenómeno 21*
 - 3. Perspectivas de futuro ante la fragmentación desinformativa y conclusiones emergentes..... 23*
 - Referencias 27*

- 2. La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los *fact-checkers***
por María Isabel Míguez González 29
 - Introducción 29*
 - 1. Cuándo, dónde y por qué surgen los fact-checkers..... 30*
 - 2. ¿Son todos los fact-checkers iguales? 33*
 - 3. El proceso del fact-checking 34*
 - 4. Dificultades y retos para los verificadores de datos..... 35*
 - Referencias 37*

3. Técnicas básicas de verificación para la ciudadanía	
<i>por Alberto Dafonte-Gómez</i>	41
Introducción	41
1. Aprender a reconocer la desinformación	42
1.1. Características de la desinformación	42
1.2. Diferentes tipos de desinformación	43
2. Técnicas de verificación	45
2.1. Procedencia	46
2.2. Fuente	47
2.3. Fecha y ubicación	48
2.4. Motivación	49
3. Herramientas de verificación	50
Conclusiones	52
Referencias	54
4. Propuesta para estudiar ecosistemas de <i>fact-checking</i> y medir su institucionalización	
<i>por Enrique Núñez-Mussa</i>	55
Introducción	55
1. Catalogar a los proyectos de <i>fact-checking</i> : definición de parámetros	58
2. Aplicación del ejercicio exploratorio	59
2.1. Muestra	59
2.2. Resultados	60
3. Discusión y conclusión	61
Referencias	64
5. Las audiencias ante los medios: confianza y consumo de noticias	
<i>por Samuel Negrodo; Alfonso Vara-Miguel</i>	67
Introducción	67
1. Consumo de medios informativos en España	70
2. Confianza en las noticias en España	73
Conclusiones	75
Referencias	76

SEGUNDA PARTE

Actividad comunicativa de los verificadores de datos

6. La actividad comunicativa de los <i>fact-checkers</i> iberoamericanos en Internet	
<i>por María Isabel Míguez-González</i>	83
<i>Introducción</i>	83
1. <i>Dinámicas de publicación y comunidades</i>	85
1.1. <i>Twitter</i>	85
1.2. <i>Facebook</i>	86
1.3. <i>YouTube</i>	87
1.4. <i>Instagram</i>	87
1.5. <i>Otras redes y plataformas</i>	89
2. <i>La intencionalidad en la comunicación de los <i>fact-checkers</i></i> ..	89
3. <i>Las temáticas</i>	90
<i>Referencias</i>	92
7. Narrativas audiovisuales al servicio del <i>fact-checking</i>	
<i>por Diana Ramahí-García; Oswaldo García-Crespo</i>	95
<i>Introducción</i>	95
1. <i>La transformación del ecosistema mediático y del paradigma del consumo informativo</i>	95
2. <i>La expansión del vídeo en línea</i>	98
3. <i>La evolución de los formatos audiovisuales en la verificación de datos</i>	99
<i>Conclusiones</i>	108
<i>Referencias</i>	108
8. La irrupción de las redes de mensajería en la práctica del <i>fact-checking</i>	
<i>por Emma Torres-Romay; Silvia García-Mirón</i>	111
<i>Introducción</i>	111
1. <i>Diseño y método</i>	112
2. <i>Trabajo de campo y análisis de datos</i>	113
2.1. <i>Análisis de la cuestión</i>	113
2.2. <i>Estudio de campo</i>	114
<i>Conclusiones</i>	117
<i>Referencias</i>	119

TERCERA PARTE

Contextos de la desinformación y la verificación de datos

9. Enfrentando la desinformación en salud: aprendizajes de la pandemia de covid-19 y estrategias para el futuro	
<i>por Javier Abuín-Penas; Francisco Fernández-Medina</i>	125
<i>Introducción</i>	125
1. <i>Desinformación en el ámbito de la salud</i>	126
2. <i>Redes sociales y fact-checking en el ámbito de la salud</i>	128
<i>Conclusiones</i>	130
<i>Referencias</i>	132
10. Combatiendo las <i>fake news</i> en el ámbito local: el caso de la Consellería de Sanidad de la Xunta de Galicia	
<i>por Jesús Pérez-Seoane; Juan Manuel Corbacho-Valencia</i>	135
<i>Introducción</i>	135
1. <i>El papel de las instituciones públicas</i>	137
2. <i>Objetivos</i>	138
3. <i>Metodología</i>	138
4. <i>Resultados</i>	140
4.1 <i>Actividad en Facebook durante el período de pandemia</i>	140
4.2 <i>Actividad en YouTube durante el período de pandemia</i>	143
<i>Conclusiones</i>	145
<i>Referencias</i>	147
11. Desinformación, <i>fact-checking</i> y movimiento feminista	
<i>por Xabier Martínez Rolán; Teresa Piñeiro</i>	149
<i>Introducción</i>	149
1. <i>Reactivo antifeminista</i>	151
2. <i>La arena digital, tóxica para las mujeres</i>	153
3. <i>Desinformación. Ahondando en la brecha de género</i>	155
4. <i>Feminismo y verificación</i>	156
<i>Referencias</i>	158

12. Racismo en redes. El discurso de odio contra la comunidad china durante la pandemia de covid-19	
<i>por Amparo Huertas Bailén; Luiz Peres-Neto</i>	161
<i>Introducción</i>	161
1. <i>Hablemos de sinofobia</i>	162
2. <i>El estudio del discurso del odio, un camino para saber más acerca de cómo circulan las narrativas racistas</i>	164
3. <i>La reacción de la comunidad china ante la sinofobia</i>	166
<i>Referencias</i>	169

CUARTA PARTE

La alfabetización en la lucha contra la desinformación

13. La labor de los verificadores de datos en el ámbito de la alfabetización digital	
<i>por Silvia Sierra Martínez</i>	175
<i>Introducción</i>	175
1. <i>Metodología</i>	177
2. <i>Resultados</i>	179
2.1. <i>Análisis de la información</i>	179
2.2. <i>Análisis de materiales</i>	181
<i>Conclusiones</i>	189
<i>Referencias</i>	190
14. El periodista educomunicador en la era de los desórdenes informativos	
<i>por Francisco Marcos Martín-Martín; Bella Palomo</i>	193
<i>Introducción</i>	193
1. <i>Frente al desorden informativo, educación mediática</i>	194
2. <i>El periodista educador mediático</i>	195
3. <i>Emprendimiento periodístico educomunicativo</i>	198
<i>Conclusiones</i>	201
<i>Referencias</i>	203

15. Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. Una experiencia desde la Universidad	
<i>por Alberto Dafonte-Gómez</i>	205
<i>Introducción</i>	205
<i>1. El aprendizaje-servicio como oportunidad de alfabetización mediática</i>	206
<i>2. Un laboratorio ciudadano para la alfabetización digital y mediática</i>	208
<i>3. Resultados del proyecto y conclusiones</i>	212
<i>Referencias</i>	215

Arqueología de la desinformación en el siglo XXI: evolución, lenguajes y perspectivas de futuro

Carolina Fernández-Castrillo

Universidad Carlos III de Madrid

Raúl Magallón-Rosa

Universidad Carlos III de Madrid

«El mundo no funciona sino por el malentendido»

Charles Baudelaire

Introducción

Los orígenes de la desinformación se remontan al inicio de la humanidad. Nuestra competencia narrativa innata y la necesidad de adaptar los medios del momento a nuestras necesidades comunicativas han conllevado la creación de relatos alternativos ante nuestra incapacidad de vivir en primera persona aquellos acontecimientos distantes.

Libelos, pasajes de libros sagrados, mitos —que se adaptan y repiten en contextos diferentes— y leyendas locales que buscaban enviar mensajes de orden moral a los distintos estratos sociales forman parte de esa historia del desconocimiento.

Walter Lippmann, ya nos habló en 1922 de «la intolerable e imposible ficción de que cada uno de nosotros debe adquirir una opinión competente sobre todos los asuntos públicos [...] el verdadero ambiente es, en su conjunto, demasiado vasto, demasiado complejo y demasiado fugaz para el conocimiento directo. No estamos equipados para tratar con tanta sutileza, tanta variedad, tantas permutaciones y combinaciones. Y aunque debemos actuar en ese medio, tenemos que reconstruirlo sobre un molde más sencillo antes de poder manejarlo. Los hombres necesitan mapas del mundo para poder recorrerlo.»

En ese periodo de entreguerras destaca también Edward McKernon, que en 1925 publicó *Fake news and the public* donde alertaba de la cantidad de actores que pretendían distorsionar la realidad e influir en el trabajo periodístico.

En Francia, las leyes de prensa del siglo XIX ya perseguían «la publicación o reproducción hecha de mala fe de noticias falsas, de piezas fabricadas, falsificadas o falsamente atribuidas a terceros, cuando estas noticias o piezas sean susceptibles de perturbar la tranquilidad pública».¹

Si bien ha sido en el ámbito militar y geoestratégico donde los ejemplos documentados eran más frecuentes, en la actualidad su normalización estratégica hace que tengamos que establecer una arqueología de los conceptos para entender su recorrido histórico pero sobre todo sus ramificaciones. Frente a la idea de que la información es poder, la falta de información se presenta en la actualidad como un estado previo necesario para poder influir en los otros y desarrollar estrategias de polarización y división.

A lo largo de la historia la explotación de la ignorancia, el desconocimiento o el miedo han venido marcados principalmente por el *sesgo de confirmación* (Asch, 1951), entendido como un fallo del razonamiento inductivo que conlleva negar posibles alternativas para reforzar las propias creencias, en gran medida a causa de la presión social por ser aceptados en los grupos de pertenencia.

El fenómeno social de la web 2.0 (O'Reilly, 2005) a comienzos del siglo XXI marcó un hito en el ecosistema informativo, al introducir la posibilidad de que los usuarios adoptaran un papel más activo en la construcción colectiva del conocimiento, incluyendo la creación y viralización de contenidos a través de la red (Berners-Lee; Fischetti, 1999; Fernández-Castrillo, 2014).

La superación de una concepción mediocéntrica de los marcos mediáticos como consecuencia del influjo de las plataformas sociales ha supuesto un gran avance en términos de de-

¹ Véase: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000877119/>

mocratización del acceso a la información, pero también ha aumentado el riesgo de incurrir en prácticas de manipulación y desinformación estratégica.

En este escenario, la evolución de los medios, la aparición de nuevas formas de comunicación, la redefinición de la esfera pública, el aumento de las capacidades tecnológicas que han favorecido la multiplicación de los mensajes y la percepción de vivir en una era de la sobreinformación —además del aprendizaje mutuo de actores de diferentes disciplinas que buscan explotar las debilidades del sistema— han hecho que la desinformación se haya convertido en un desafío de primer orden para la calidad democrática de nuestras sociedades.

En la última década, junto a los términos «fake news», «posverdad», «hechos alternativos», «desinformación», «fact-checking» o «polarización» han emergido otra serie de conceptos que han intentado combinar la tradición de cada disciplina con el ángulo y enfoque desde el que se analiza un fenómeno tan complejo como éste (amenazas híbridas, guerra cognitiva, burbujas informativas, cámaras de eco, manipulación informativa, *astroturfing*, etc., son quizá los más representativos).

El Oxford Dictionary's Word eligió en 2016 «posverdad» como la palabra del año tras el impacto que tuvo el ascenso al poder de Donald Trump y la salida del Reino Unido de la Unión Europea. Sin embargo, el término apareció inicialmente en 1992 tras la primera Guerra del Golfo y fue acuñado por Steve Tesich, quien escribirá: «Nosotros, como pueblo libre, hemos decidido libremente que queremos vivir en un mundo de posverdad» (Tesich, 1992). Se trataba de un adjetivo que pretendían vincular a las circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que las apelaciones a la emoción y a las creencias pero también de un mundo donde la fragmentación de la verdad se convertía en una de las características de las nuevas sociedades.

En este escenario, la difusión de mentiras propagandísticas y la producción de informaciones falsas de forma intencional han generado una serie de desórdenes informativos asociados a la manipulación, la opacidad y falta de transparencia, el abuso

de poder, la gestión de la incertidumbre y la división social para alterar la percepción de la realidad por parte de diferentes grupos sociales.

En la era de la posverdad, el fenómeno de la desinformación está marcado por un flujo de información sin precedentes en términos de velocidad, impacto y viralización, cuyas consecuencias se elevan a escala global. Tal y como observaba Hernon en 1995, en los entornos conectivos «es fácil alterar el contenido de la información y pasar una falsificación como genuina» (Hernon, 1995: 134).

Daniel Innerarity (2018), hará referencia a la «uberización de la verdad». Como consecuencia de este fenómeno, se habría producido una desprofesionalización del trabajo relacionado con la gestión de la información que ha debilitado sus clásicos monopolios —desde la universidad hasta la prensa—, en beneficio de las redes sociales. De esta forma la fragmentación, la aceleración y la multiplicación de actores y mensajes interesados en la desinformación forman los tres ejes sobre los que se ha desarrollado este fenómeno en los últimos años.

En este contexto, la aplicación de los principios de la arqueología de medios (Zielenski, 2006; Huhtamo; Parikka, 2011; Parikka, 2012) al ámbito de la desinformación nos permitirá comprender mejor cuáles son sus factores, lenguajes y perspectivas de futuro en el siglo XXI. Para ello, y más allá de una revisión lineal de la evolución del fenómeno, es necesario también distinguir aquellos acontecimientos más representativos de esta última década que permiten establecer una serie de patrones y líneas preferentes para próximos estudios, así como identificar las principales problemáticas por analizar en los siguientes años.

1. Los desórdenes informativos en la era de la desinformación

Claire Wardle y Hossein Derakhshan publicaron en 2017 el informe *El Desorden de la información: Hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas* donde precisaban:

Nos abstenemos de utilizar el término ‘fake news’ por dos razones. En primer lugar, lamentablemente es inadecuado para describir el complejo fenómeno de la contaminación de la información. El término también ha comenzado a ser apropiado por los políticos de todo el mundo para describir a las organizaciones de noticias cuya cobertura encuentran desagradable. De esta manera, se está convirtiendo en el mecanismo por el cual los poderosos pueden atacar, restringir, socavar y burlar la prensa libre (Wardle; Derakhshan, 2017).

De este modo, tres han sido los argumentos principales utilizados desde los estudios y disciplinas próximas a la comunicación para evitar hablar de *fake news*:

1. Nunca quisieron ser noticias ni tuvieron ningún tipo de compromiso con la búsqueda de la verdad.
2. Los actores políticos utilizan este término como estrategia de ataque frente a periodistas, activistas y voces disidentes que publican informaciones críticas.
3. Muchos países, bajo la excusa de combatir las *fake news*, han acabado aprobando leyes que limitan la libertad de expresión e información en distintas partes del mundo.

En cualquier caso, dentro del paraguas semántico de la cultura de la desinformación encontramos la difusión de contenidos falsos en redes sociales y plataformas, la recolección ilegal de datos, la elaboración de microperfiles políticos, la explotación de plataformas y redes sociales para operaciones de influencia extranjera, la amplificación de discursos del odio o contenidos ofensivos a través de cuentas falsas, etc.

De hecho, a medida que el fenómeno se ha ido normalizando han aumentado las aristas desde las que analizar y estudiar cómo puede afectar la desinformación a disciplinas, áreas y campos de actuación completamente independientes.

Por esta razón, la tipología de los siete desórdenes informativos de Wardle (2017) constituye un punto de referencia en los estudios sobre desinformación al establecer una categorización que va desde la sátira al contenido manipulado con la intención de engañar.

Tabla 1. Tipos de desórdenes informativos.

Sátira y parodia	No hay intención de causar daño, pero tiene potencial para engañar.
Contenido engañoso	Uso engañoso de la información para enmarcar un tema.
Contenido impostor	Suplantación de fuentes auténticas.
Contenido fabricado	El nuevo contenido es 100% falso, diseñado para engañar y hacer daño.
Conexión falsa	Cuando los titulares, los elementos visuales o los pies de foto ni apoyan ni se relacionan con el contenido.
Contexto falso	Cuando se comparten contenidos auténticos con información contextual falsa.
Contenido manipulado	Cuando se manipula información o imágenes auténticas para engañar.

Fuente: Wardle (2017).

Como vemos, la clave principal a la hora definir el tipo de desinformación consiste en identificar la intención del propio creador y distribuidor de la información. No en vano, la intención es el factor principal que en el vocabulario inglés sirve para distinguir entre *disinformation* y *misinformation*. En castellano no existen dos términos distintos, pero sí se recogen dos definiciones que refuerzan el axioma acerca de la intencionalidad como elemento distintivo.

La Real Academia de la Lengua Española define el verbo «desinformar» del siguiente modo: «1. tr. Dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines. 2. tr. Dar información insuficiente u omitirla» (RAE, 2022).

El empleo de *disinformation* se atribuye a la difusión de información engañosa, inexacta o incompleta con el objeto de mentir deliberadamente, tal y como se recoge en la primera definición de la RAE. Mientras que la segunda acepción resulta próxima al término *misinformation*, entendido simplemente como «información falsa, errónea o engañosa» (Fetzer, 2004: 231) sin implicar un daño voluntario.

2. La evolución del ecosistema desinformativo y la adaptación de las distintas disciplinas al estudio del fenómeno

«No pienses en *fake news*, piensa en desinformación» forma parte del marco conceptual con el que se quiso responder a una definición incompleta e instrumentalizada del fenómeno de la desinformación tras el referéndum del Bréxit y la victoria de Donald Trump en 2016. Desde entonces, el debate sobre los riesgos y oportunidades de la difusión de contenidos a través de las plataformas sociales se ha centrado en la potencial desestabilización de los cimientos democráticos ante la progresiva aparición de nuevos mecanismos de manipulación informativa (Turkle, 2015).

En este sentido, es importante subrayar que se ha impuesto poco a poco el mensaje de que esas *fake news* generan polarización y división, pero cada vez resulta más evidente que es la polarización estratégica ideada y diseñada desde la política la que está potenciando el desarrollo de las nuevas formas de desinformación (Magallón-Rosa, 2019).

Sin embargo, y si desde un punto de vista académico el año 2018 resulta fundamental para entender cómo los estudios sobre desinformación empiezan a configurarse, es importante retroceder al inicio de la segunda década del siglo XXI para analizar las tendencias que empezaron a hacer emerger el contexto actual. En este sentido, hay cuatro acontecimientos que modifican las distintas esferas, actores y enfoques sobre el fenómeno de la desinformación (Magallón-Rosa, 2022):

1. El papel de los movimientos sociales y el activismo a principios de la segunda década del siglo XXI (Primavera Árabe, 15-M u Occupy Wall Street).
2. El año 2016 entendido como el año de la consolidación de la polarización política como estrategia política (Bréxit, referéndum en Colombia o elecciones en EEUU).
3. La desinformación relacionada con la pandemia y la globalización de determinadas narrativas (desde el año 2020 hasta la actualidad).

4. La hibridación de propaganda y desinformación que se empezó a consolidar tras la invasión rusa en Ucrania a partir de febrero de 2022.

El papel que tienen las redes sociales en movimientos como Occupy Wall Street, el 15-M o la primavera árabe supone un punto de inflexión a la hora de establecer nuevos canales de reintermediación de la política.

Posteriormente, con la llegada de la publicidad segmentada y el *big data* a los procesos electorales, vimos cómo los partidos políticos empezaban a trabajar el análisis de sentimiento en redes sociales con temas de gran complejidad emocional como son el aborto, la inmigración, las armas, los impuestos, la identidad nacional, etc.

Según el profesor del MIT, Sinan Aral (2020), las desinformaciones sobre política son aquellas con un índice más alto de viralización, se propagan con mayor profundidad y se difunden más ampliamente. Y, dentro de esta tipología de informaciones falsas, tienen un mayor impacto aquellas «(...) sobre terrorismo, desastres naturales, ciencia, leyendas urbanas, o información financiera» (Vosoughi; Aral, 2018: 1146).

Por otro lado, el contenido emocional genera una mayor participación del usuario, tanto si los contenidos evocan emociones positivas —asombro— como negativas —miedo, rabia o preocupación—. Por tanto, las informaciones de este tipo suelen ser más virales que aquellas en las que se priorizan emociones de baja intensidad —tristeza— (Berger; Milkman, 2012).

Por su parte, la pandemia nos trajo una normalización de los procesos de desinformación, la internacionalización de determinadas narrativas, una mayor desconfianza en los representantes políticos y la normalización de canales y mensajes alternativos (desde los movimientos antivacunas al terraplanismo).

En este recorrido narrativo, la guerra ruso-ucraniana nos permitió entender mejor el papel de la geopolítica de la desinformación y cómo se internacionalizan los bulos para adaptarse a contextos locales dependiendo de los diferentes ciclos

de actualidad y la implicación de los distintos países. Por otra parte, el papel de Rusia no debe ser analizado como algo que se inició con la invasión del 24 de febrero de 2022 sino como el resultado de una década de estrategias camufladas que buscaba explotar las debilidades de los sistemas democráticos.

En cualquier caso, entre las tendencias por consolidar destaca un mundo más opaco, la fatiga informativa —que ya se inició con la pandemia— y más propaganda estatal.

En el nuevo ecosistema necesitamos seguir analizando los procesos de recepción y efectos a corto y medio plazo, las tipologías y formatos preferentes en las campañas y estrategias de desinformación, las posibles finalidades (objetivos ideológicos o simplemente económicos) y la evolución de la viralización y distribución a través de los canales multicapa (donde, por diferentes razones, TikTok y Telegram se han convertido en dos canales preferentes en la circulación de contenidos falsos).

Por otra parte, surge el debate sobre hasta qué punto la creciente influencia de las redes sociales en las prácticas periodísticas —y en buena parte de las dinámicas socio-comunicativas que afectan a la toma de las decisiones de mayor impacto en la esfera pública— supone una amenaza o una gran oportunidad para revisar el propio sistema de representación democrática.

En la actualidad, la desinformación ha acabado afectando a la economía, la política, la migración, el feminismo, la ciencia y el medioambiente, la ciberseguridad, las relaciones internacionales o a la propia confianza de los medios de comunicación en la nueva esfera pública.

3. Perspectivas de futuro ante la fragmentación desinformativa y conclusiones emergentes

Una de las paradojas del escenario actual no es que cada vez haya más actores dispuestos a distorsionar la realidad y a engañar a periodistas y opinión pública, sino que en la medida en que la importancia de los medios en la esfera pública cada vez es menor, más importante es su función de autenticación

y validación de la realidad que ha podido ser distorsionada o manipulada.

Al respecto, el avance de la desinformación, la propaganda digital y las disfunciones que puede generar la inteligencia artificial se presentan como una serie de problemáticas que afectan a la calidad de nuestra esfera pública pero también a la propia calidad democrática. Desde el punto de vista periodístico, uno de los aspectos a tener en cuenta es que la tradicional figura del *gatekeeper* ha quedado relegada en buena medida a la lógica del algoritmo.

En este contexto, la evolución de la desinformación en la última década nos hace pensar que estamos hablando de procesos comunicativos determinados por acontecimientos históricos pero también por los enfoques y actores interpelados en dicho proceso.

La pandemia y la guerra de Ucrania han planteado un nuevo escenario donde la coordinación entre instituciones y la colaboración público-privada se presentan como dos ejes fundamentales para dar respuesta al fenómeno de la desinformación.

En este escenario, hemos identificado diez líneas de investigación preferentes para futuras investigaciones (ver Tabla 2).

La nueva geopolítica nos presenta dos tipos de países: aquellos donde la sobreinformación es una disfunción normalizada del sistema y otro grupo de países —principalmente regímenes autoritarios— donde la falta de información crítica y la propaganda estatal definen su relación con el consumo mediático de carácter más político.

Por otra parte, los desafíos planteados por los nuevos desórdenes informativos vienen marcados en buena medida por el influjo de la inteligencia artificial en el desarrollo de las labores de *fact-checking*.

Asimismo, las carencias actuales en cuanto a la falta de alfabetización mediática están generando una sensación de desconfianza generalizada en relación con la veracidad de los contenidos consumidos a través de Internet, lo cual puede conllevar a que sigan apareciendo modelos de negocio alternativos basados en esa desconfianza.

Tabla 2. Principales desafíos en la investigación sobre desinformación en los próximos años

Líneas de investigación	Principales problemáticas por analizar en los próximos años
Inteligencia artificial	<ul style="list-style-type: none"> —<i>Deepfakes</i>. —Contenidos automatizados. —Problemas de referencias y citas de <i>chatbots</i> como Chat GPT. —Imitación de voz para timos y fraudes. —<i>Bots</i> para alterar conversaciones públicas.
Alfabetización mediática	<ul style="list-style-type: none"> —Regulación local y estatal. —Implementación en distintos niveles educativos. —Alfabetización ciudadana. —Cooperación con asociaciones de prensa y academia.
Regulación de la desinformación	<ul style="list-style-type: none"> —Coordinación entre instituciones nacionales, subnacionales y supranacionales como la UE. —Adaptación a contextos locales preservando el pluralismo informativo y la libertad de información. —Fortalecimiento de la resiliencia democrática. —La colaboración público-privada. —Desafíos de la IA y las nuevas formas tecnológicas.
Geopolítica de la desinformación	<ul style="list-style-type: none"> —Injerencias extranjeras. —Protocolos de seguridad nacional. —Coordinación entre instituciones nacionales, subnacionales y supranacionales como la UE. —Nuevos protocolos para la diplomacia digital. —El papel de las empresas tecnológicas.
Batallas culturales y políticas	<ul style="list-style-type: none"> —Cuestiones de especial sensibilidad como el feminismo, las personas migrantes, el aborto, etc. —Campañas electorales. —Acción política y propaganda digital. —Polarización asimétrica.
<i>Astroturfing</i> y recursos económicos	<ul style="list-style-type: none"> —Fuentes de ingresos de la desinformación. —Desinformación corporativa. —Creación de modelos económicos alternativos. —Etiquetado e identificación de contenidos patrocinados.
Catástrofes naturales y conflictos bélicos	<ul style="list-style-type: none"> —Creación de mecanismos de alerta temprana. —Análisis de cobertura mediática. —Cobertura del cambio climático. —Papel del periodista y los corresponsales en el proceso de validación de imágenes y vídeos virales.
Papel de los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> —Análisis de sitios web de desinformación. —Importancia de los medios de comunicación en la lucha contra la desinformación. —Mayor transparencia y rendición de cuentas. —Publicidad institucional.

Líneas de investigación	Principales problemáticas por analizar en los próximos años
Las organizaciones de <i>fact-checking</i>	<ul style="list-style-type: none"> —Rutinas periodísticas y de verificación. —Alianzas colaborativas. —Automatización de procesos. —Transparencia y metodologías.
La circulación de la desinformación	<ul style="list-style-type: none"> —Principales redes y plataformas. —Monitorización de las campañas de desinformación. —La divulgación de las verificaciones.

Fuente: Elaboración propia (2023).

Por último, señalar que el problema de lo que está por venir en la relación entre IA y desinformación es especialmente sensible cuando hablamos de qué daño puede causar en catástrofes naturales, geopolítica internacional, acontecimientos inesperados o procesos electorales. En momentos de especial sensibilidad informativa y pasional, la cultura de la indignación y el *clickbait* pueden hacer que se potencien y amplifiquen sus efectos dañinos.

Para ello hay que trabajar con mecanismos más novedosos de alerta temprana y coordinación entre profesionales, instituciones y sociedad civil.

Agradecimientos

Carolina Fernández-Castrillo y Raúl Magallón-Rosa son investigadores del proyecto europeo «Iberifier. Iberian Media Research & Fact-checking».

Este capítulo es una colaboración con el proyecto «Narrativas digitales contra la desinformación. Estudio de redes, temas y formatos en los fact-checkers iberoamericanos», financiado por la Agencia Estatal de Investigación, de España (Ref. PID2019-108035RB-I00/AEI/ 10.13039/501100011033).

Referencias

- Aral, Sinan (2020): *The hype machine: How social media disrupts our elections, our economy, and our health — and how we must adapt*. Nueva York: Currency.
- Asch, Solomon E. (1951): «Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments». En H. Guetzkow (ed.). *Groups, leadership and men: research in human relations*. Oxford: Carnegie Press, pp. 177-190.
- Berger, Jonah; Milkman, Katherine L. (2012): «What makes online content viral?» *Journal of Marketing Research*, vol. 49, núm. 2, pp. 192-205. doi: <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Berners-Lee, Tim; Mark Fischetti (1999): *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by its inventor*. Britain: Orion Business.
- Fernández-Castrillo, Carolina (2014): «Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU)». *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 19, pp. 53-67. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903
- Fetzer, James H. (2004): «Disinformation: The use of false information». *Minds and Machines*, vol. 14, núm. 2, pp. 231-240. doi: <https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>
- Hernon, Peter (1995): «Disinformation and misinformation through the internet: Findings of an exploratory study». *Government information quarterly*, v. 12, n. 2, pp. 133-139. [https://doi.org/10.1016/0740-624X\(95\)90052-7](https://doi.org/10.1016/0740-624X(95)90052-7)
- Huhtamo, Erkki; Parikka, Jussi (ed.) (2011): *Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications*. Berkeley, CA, University of California Press.
- Innerarity, D. (30 de diciembre, 2018). «El año de la volatilidad». *El País*. https://elpais.com/elpais/2018/12/28/opinion/1546021545_365361.html
- Lippmann, Walter (1922): *La opinión pública*. Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora.
- Magallón-Rosa, R. (2022): «De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda». *Más Poder Local*, (50), 32-48. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
- Magallón-Rosa, R. (2019): *Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- McKernon, Edward (1925): «Fake news and the public. How the press combats rumor, the market rigger, and the propagandist». *Harper's magazine*, October. <https://harpers.org/archive/1925/10/fake-news-and-the-public>
- O'Reilly, Tom (2005): «What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software». <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Parikka, Jussi (2012): *What Is Media Archaeology?* Cambridge y Malden: Polity Press.
- RAE (2022): «Desinformar». *Diccionario de la lengua española*. Edición 2022. <https://dle.rae.es/desinformar?m=form>
- Tesich, Steve (1992): «A government of lies» *The Nation*, 6 January 1992.
- Turkle, Serry (2015): *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. New York: Penguin Press.

- Vosoughi Soroush, Roy Deb; Aral, Sinan (2018): «The spread of true and false news online». *Science*, vol. 359, núm. 6380, pp. 1146–1151. doi: <https://doi.org/10.1126/SCIENCE.AAP9559>
- Wardle, Claire (16 de febrero, 2017): «Fake News. It's Complicated». *First Draft News*. <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>
- Wardle, Claire; Hossein, Derakhshan (2017): *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Estrasburgo: Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Zielenski, Siegfried (2006): *Deep Time of the Media. Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.