



Imagen tomada de: Canva educativo

# La posverdad en América Latina y el Caribe: Una perspectiva netnográfica de la agnógenesis

## Post-truth in Latin America and the Caribbean: A netnographic perspective of agnogenesis

Nali Borrego-Ramírez\*, Marcia Leticia Ruiz-Cansino, Daniel Desiderio Borrego-Gómez

### RESUMEN

En la actualidad, la ignorancia, aunque útil para aspirar a la verdad, se ha convertido en un espacio vacío, donde las verdades existentes son modificadas a través de las noticias falsas o posverdad, estrategia de la agnógenesis. El objetivo de este estudio fue identificar la presencia del fenómeno de la posverdad en 26 países de América Latina y el Caribe (ALC). Los aspectos metodológicos corresponden a una perspectiva netnográfica. Se utilizaron técnicas de análisis cualitativo y cuantitativo. Se realizó una búsqueda y análisis de publicaciones científicas en de bases de datos e información de los organismos Transparencia Internacional, Banco Mundial y Observatorio de Infodemia COVID-19. Los resultados permitieron determinar que la posverdad es un fenómeno ampliamente presente y relevante en ALC, difundida a través de los diversos medios de comunicación, pero con importancia relevante de las redes sociales. En ALC, la vulnerabilidad a la agnógenesis se correlacionó con la alta percepción de la corrupción por parte de la población. Se requiere profundizar en el estudio del fenómeno con enfoques multidisciplinarios, considerando la diversidad de contextos en la región.

**PALABRAS CLAVE:** noticias falsas, agnógenesis, posverdad, América Latina y el Caribe, vulnerabilidad.

### ABSTRACT

Nowadays, ignorance, although useful to aspire to truth, has become an empty space where existing truths are modified through fake news or post-truth, a strategy of agnogenesis. The objective of the study was to identify the presence of the post-truth phenomenon in 26 countries in Latin America and the Caribbean (LAC). The methodological aspects correspond to a netnographic perspective. Qualitative and quantitative analysis techniques were used. A search and analysis of scientific publications in databases and information from Transparency International, the World Bank and the Observatory of Infodemics COVID-19 was carried out. The results made it possible to determine that post-truth is a widely present and relevant phenomenon in LAC, disseminated through the various media, but with relevant importance of social networks. In LAC, vulnerability to agnogenesis correlated with the high perception of corruption by the population. Further study of the phenomenon is required with multidisciplinary approaches, considering the diversity of contexts in the region.

**KEYWORDS:** fake news, agnogenesis, post-truth, Latin America and the Caribbean, vulnerability.

\*Correspondencia: [nborrego@docentes.uat.edu.mx](mailto:nborrego@docentes.uat.edu.mx)/Fecha de recepción: 21 de julio de 2022/Fecha de aceptación: 18 de julio de 2023/ Fecha de publicación: 20 de julio de 2023.

Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria de Ciencias, Educación y Humanidades, Centro Universitario Victoria, Ciudad Victoria, Tamaulipas, México, C. P. 87149.

## INTRODUCCIÓN

Los secretos son inherentes a la humanidad en áreas como el amor, la guerra, los negocios y la supervivencia, incluso los animales utilizan el mimetismo para sobrevivir, y los conocimientos no secretos dan forma al discurso político y legal (Foucault, 2009). La agnogenésis, opuesta a la epistemología, es la ignorancia inducida culturalmente, permitiendo su reproducción maliciosa y perversa. Con el propósito de crear confusión o vacilación, concluyendo que nada es verdad o que todo es verdad según el interés, se habla del estado de engaño en lugar del estado del conocimiento (Proctor, 2020).

La posverdad o posverdadismo se refiere a narrativas no veraces que influyen en la opinión pública y actitudes sociales, el término ganó prominencia tras ser nombrado palabra del año en 2016 (Wescott, 2021). Los eventos falsos, mediados por la tecnología, catalizan la concepción de la posverdad (Gudonis y Jones, 2020). Se motiva la negación de la realidad y la difusión de información errónea asociada a los medios de comunicación. La posverdad apela a las emociones y creencias personales, ignorando las opiniones de expertos que la contradicen (Davids, 2021). La posverdad es una estrategia que se planifica deliberadamente para fijarse en la mente, la acción y el contexto. Se aplica en situaciones donde el discurso está delimitado por las emociones, generando intencionadamente ignorancia (Elías, 2018). Aunque existe amplia bibliografía sobre la lectura en línea (Nash, 2021), faltan recursos pedagógicos derivados de estudios agnológicos que preparen a los ciudadanos para la era de la posverdad.

El término “fake news” o noticias falsas ha ganado popularidad en los últimos años debido al éxito de programas satíricos de televisión en el cambio de milenio (Rodríguez-Ferrándiz, 2019). Además, su uso en Internet ha aumentado en un 365 %, lo que llevó al Diccionario Collins a elegirlo la expresión del año 2017 (Figueira y Santos, 2019).

El fenómeno de la proliferación de noticias falsas ha sido impulsado por los avances tecnológicos relacionados con Internet. Programas informáticos y aplicaciones web o móviles, según De-Moraes (2020) han facilitado la difusión de ficciones y comentarios malintencionados con el propósito de generar miedo o extorsionar a personas adineradas (Braun y Eklund, 2019; Castillo-Riquelme y col., 2021). Existen sitios web que se enorgullecen de ser fuentes de noticias falsas, como The National Report en Estados Unidos, el cual ha ganado popularidad en Internet (García, 2018). Además, plataformas como Fresh-news.com promueven la creación de noticias falsas o bulos utilizando la imaginación (Keyes, 2004). En las redes sociales Facebook e Instagram, se han vuelto comunes las aplicaciones para la creación de noticias falsas. Por ejemplo, Fake News 1.06 para Android es una de ellas. Algunas de estas aplicaciones se disfrazan como servicios legítimos (Manoli y Bandura, 2021), como un periódico que difunde información falsa sobre un defecto de fabricación en el último modelo de automóvil, causando accidentes de tráfico (Flores-Vivar, 2019; Flostrand y col., 2020).

Se ha destacado que incluso la inteligencia artificial (IA) ha contribuido a la propagación de noticias falsas. La empresa de investigación en IA, OpenAI, presentó un software capaz de generar noticias falsas a partir de una pequeña cantidad de información, logrando una semejanza auténtica con la realidad (García, 2018). Adicionalmente, en el ámbito de la realidad virtual, sistemas como Oculus advierten a los usuarios de que lo que ven es falso, pero pueden experimentar sensaciones reales (Lara y col., 2019).

Existen diversas aplicaciones para la verificación de imágenes y videos, como Google Image, Reverse Search, TinyEye Reverse, YouTube Data Viewer e InVID (Padilla, 2019). Estas herramientas son ampliamente reconocidas y proporcionan información adicional para comprobar la autenticidad de los contenidos. A pesar de estos avances, los esfuerzos actuales

resultan insuficientes ante la creciente evolución de la desinformación. “La sociedad debe prepararse para afrontar una era marcada por la proliferación de la falsedad”: lo advirtió Maquiavelo al señalar que los seres humanos son fácilmente engañados debido a su simplicidad e ignorancia (White, 1980).

La alfabetización escolar y la alfabetización mediática actual se consideran desfasadas y limitadas (Parker, 2020). Internet ha adquirido un papel central en la formación de la comprensión del mundo, tanto para analfabetos como para alfabetos. Sin embargo, dependiendo de los rasgos de personalidad, los usuarios pueden verse influenciados por contenidos erróneos, especialmente aquellos con perfiles psicológicos relacionados con el dogmatismo, el fundamentalismo y el pensamiento delirante (Bronstein y col., 2018). Un estudio realizado por Hakak y col. (2021) plantea dudas sobre la posibilidad de ser personas seguras y si se han desarrollado técnicas para lograrlo. Estas cuestiones cobran relevancia en un contexto donde la manipulación sin precedentes invita a creer en todo y en nada al mismo tiempo (De-Espinosa, 2001).

La sociedad de la ignorancia se convierte en el resultado inevitable de un mundo construido en torno a la falsedad (Lazcano y Jaime, 2020). Aunque la innovación tecnológica facilita la verificación de la información, también facilita la invención de hechos y la adaptación de los verificadores a agendas partidistas, ideológicas, personales o colectivas (Vargo y col., 2018). Además, es importante destacar que los diferentes tipos de ignorancia suelen estar relacionados con la pobreza (Proctor, 2020).

La pobreza en los países es responsabilidad de la ineficacia sociopolítica, mientras que los medios de comunicación utilizan la pobreza para explicar eventos catastróficos (Chauhan y Foster, 2014). En América Latina, antes de la pandemia de COVID-19, había 192 millones de personas en situación de pobreza y 72 millones en pobreza extrema, cifras que aumentaron durante el confinamiento (Ríos,

2020). La difusión de noticias falsas involucra a dos tipos de actores: los grupos vulnerables o pobres y aquellos en posiciones de poder (Sued y Kedikian, 2020). Según la literatura, la relación entre noticias falsas y pobreza se centra en la corrupción, que invisibiliza o demoniza a los grupos vulnerables con el objetivo de crear una imagen negativa de ellos.

La corrupción en el periodismo distorsiona la información, ya que este medio es utilizado como un vehículo para la tergiversación (Singh y Sharma, 2021). El periodismo desempeña un papel fundamental en la sociedad contemporánea, toda vez que provee a la opinión pública con valiosos insumos informativos, pero a menudo a un alto costo. Su poder abarca diversos ámbitos como la política, la economía, el arte y el deporte, ejerciendo un impacto tanto en la esfera analógica como en la digital y cibernética (Valero-Pastor y col., 2019; López-Martín y col., 2020). Aunque el periodismo puede cumplir funciones nobles, también puede ser utilizado de manera corrupta por aquellos que influyen o condicionan el contenido de las noticias (López, 2001). La proliferación de noticias falsas, que exageran la magnitud de los acontecimientos representa una amenaza para la reputación de los grupos económicos y políticos, los cuales también las financian buscando influir y manipular la percepción pública (Orkibi, 2015; Shuster, 2018; Pennycook y Rand, 2020). La concentración de los medios de comunicación, el control de las ondas radiofónicas y emisoras televisivas, y las prácticas corruptas, minan la independencia periodística y fomentan acciones que ocultan, encubren y toleran (Jang y Kim, 2018).

En América Latina se han implementado iniciativas para combatir las noticias engañosas procedentes de Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido (Kilgo y col., 2018; Vosoughi y col., 2018; Mueller y col., 2019; Zhang y Ghorbani, 2020), así como para medir el alcance de la desinformación de los medios de comunicación, particularmente en periodos electorales: Brasil Comprova, Reverso en Argentina,

Verificado en México y Uruguay, y RedCheq en Colombia (Rodríguez-Pérez y col., 2022). Facebook, en colaboración con First Draft, lanzó consejos para identificar noticias falsas en catorce países, incluidos Brasil, Argentina y México (Kreiss y McGregor, 2018) y adoptó criterios basados en el comportamiento de los usuarios (Vázquez-Herrero y col., 2019). YouTube y Twitter anunciaron a nivel global que rechazarían contenido cercano a violar sus normas (Cortés e Isaza, 2021).

Es esencial estudiar las noticias falsas en América Latina y el Caribe (ALC) debido a que se comportan como una trama más que como un simple acontecimiento (Freije y Nolan, 2021). En esta región, la posverdad desafía la cohesión social democrática y representa una amenaza para la democracia, ya que se utilizan mentiras para crear sentidos de pertenencia antidemocráticos (Sojo, 2018). El interés en el estudio de la desinformación y su impacto en la región ha aumentado considerablemente. Se han identificado tendencias y enfoques predominantes, como los estudios sobre la difusión de la desinformación, la interacción de la desinformación con los procesos electorales, el análisis de fuentes y actores de la desinformación, y los efectos de la desinformación, con un enfoque principal en las noticias falsas y la posverdad (Song y col., 2021). Al respecto, algunos investigadores privilegian el enfoque metodológico netnográfico de internet o redes, introducido por Kozinets (2010), porque permite obtener datos naturales e ininterrumpidos del entorno digital. Este enfoque se considera sólido y permite abordar las experiencias culturales de la comunidad investigada (Kanidinc, 2021). Además, permite combinar aspectos cuantitativos y cualitativos relacionados con el fenómeno.

El objetivo del presente estudio fue obtener una aproximación netnográfica al fenómeno de la posverdad, estrategia de la agnógenesis en América Latina y el Caribe.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Los aspectos metodológicos corresponden a

una perspectiva netnográfica. Se utilizaron técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo. El estudio se llevó a cabo mediante la búsqueda, en el entorno de Internet, de publicaciones científicas y bases de datos de organismos internacionales como Transparencia Internacional, el Banco Mundial y el Observatorio de Infodemia COVID-19.

### Países de estudio

Se incluyeron 26 de los 33 países que forman parte de la región, según la Comisión Económica para ALC (CEPAL, 2021): Argentina, Bahamas, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guinea, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Surinam, Uruguay y Venezuela.

### Interés en la posverdad

Se utilizó Google Trends para obtener las estadísticas de búsqueda de los términos noticias falsas (español) y *fake news* (inglés) durante el periodo 2019 a 2022, para los países que integraron la muestra de estudio.

### Análisis de la posverdad

Se realizó un análisis documental a partir del contenido de publicaciones extraídas de la base de datos Web of Science, utilizando como criterios de búsqueda el periodo 2019 a 2022, con los identificadores *fake news* y noticias falsas. Se consideraron parte del estudio 26 países de ALC. Para indagar sobre los componentes del fenómeno, se analizaron las redes semánticas que se formaron en las publicaciones científicas sobre noticias falsas de diferentes países de ALC con el software de análisis cualitativo Atlas Ti.

### Vulnerabilidad a la posverdad

#### Corrupción

La corrupción se determinó mediante el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) (Transparencia Internacional, 2020), donde valores de 90 a 100 representan muy bajo nivel de percepción de corrupción; de 80 a 89 bajo; de 70 a 79 moderado; de 60 a 69 alto;

de 50 a 59 muy alto; menos de 50 extremadamente corrupto.

### Pobreza

La pobreza de los países de ALC se categorizó de acuerdo con el Banco Mundial (2020), conforme al índice de Gini. Los rangos considerados son los siguientes: 0.0 indica una distribución perfectamente igualitaria del ingreso o la riqueza sin pobreza; 1 a 20 distribución de ingresos o riqueza bastante igualitaria, asociada a nivel bajo de pobreza; 21 a 40 distribución de ingresos o riqueza moderadamente desigual, ubicada en pobreza moderada; 41 a 60 distribución de ingresos o riqueza muy desigual, asociada a que la mayoría son pobres; 61 a 80 distribución de ingresos o riqueza bastante desigual, ubicada en alta pobreza; 81 a 100, distribución de ingresos o riqueza extrema, asociada a extrema pobreza.

### Alfabetización

Se determinó de acuerdo con el Banco Mundial (2020), que utiliza una medida llamada “Tasa de alfabetización”. Los rangos que utiliza son: alfabetización muy baja: por debajo del 50 %; baja: entre el 50 % y el 69 %; media: entre el 70 % y el 84 %; alta: entre el 85 % y el 94 %; muy alta: 95 % o superior.

### Índice de Riesgo Infodémico (IRI)

Evalúa la probabilidad de que un usuario reciba mensajes que apuntan a fuentes potencialmente engañosas. Cuantifica si el usuario está expuesto a la información circulante y la forma en que lo está. El origen de la información fueron los datos reportados por el Observatorio de Infodemia COVID-19 (2020). Los rangos utilizados fueron: riesgo bajo (0 a 0.2); riesgo moderado (0.21 a 0.4); riesgo alto (0.41 a 0.6); riesgo muy alto (0.61 a 1).

### Índice de Riesgo Infodémico Dinámico (IRID)

Evalúa la probabilidad de que un usuario respalde o interactúe con mensajes en línea que apuntan a fuentes potencialmente engañosas. Este índice cuantifica si el usuario interactúa con la información circulante y cómo lo hace (Observatorio de Infodemia COVID-19, 2020).

Los valores de la escala fueron los mismos que para el IRI.

### Análisis estadístico

Se realizó un análisis de correlación de Spearman para determinar la relación existente entre los índices IRI e IRID con los indicadores de pobreza, alfabetización y percepción de la corrupción, de los 26 países de ALC de la muestra, determinando su nivel de significancia con un alfa de 0.05. La correlación puede ser positiva (+) o negativa (-) y varía de 0 no existe correlación; 0.01 a 0.10 débil; 0.11 a 0.50 media; 0.51 a 0.75 considerable; 0.75 a 0.90 muy fuerte; 0.91 a 1.00 perfecta.

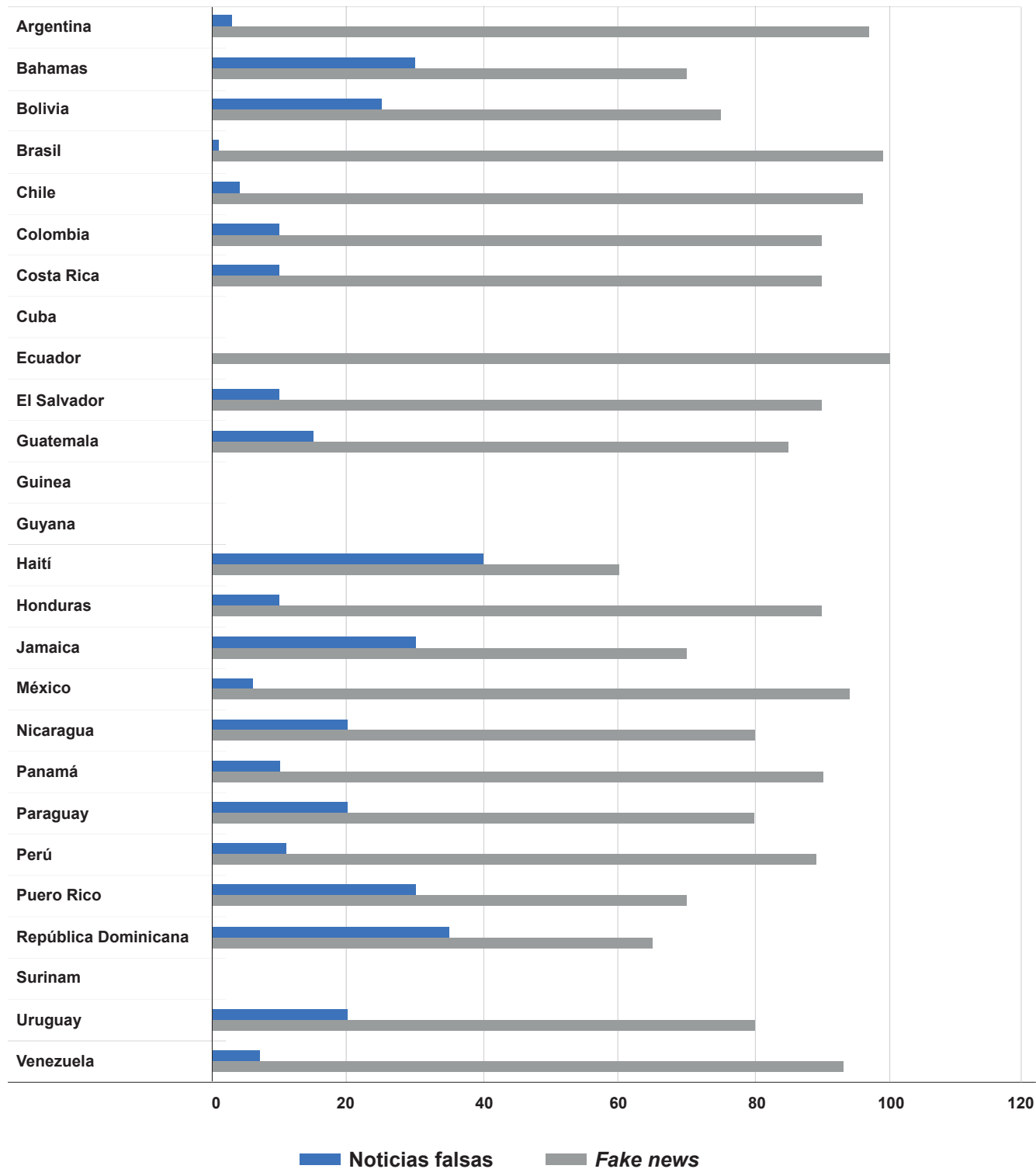
## RESULTADOS

### Interés en la posverdad

La Figura 1 muestra que en el periodo 2019 a 2022, en 26 países de ALC, la búsqueda del término “noticias falsas” fue menos frecuente que el de “fake news”, lo que revela un alto interés agnotológico del público por el término anglosajón y manifiesta la conciencia de que no toda la información que se recibe es cierta. Surinam, Guinea, Guyana y Cuba no mostraron registros de búsqueda en ambos términos, en tanto que Haití y República Dominicana fueron los países con menos porcentaje de búsqueda de *fake news* (60 % y 65 %, respectivamente) del resto de los países consultados.

### Posverdad en América Latina y el Caribe

En la Tabla 1 se muestran las publicaciones localizadas en la base Web of Science, que tratan el problema de la posverdad y la agnógenesis mediante el fenómeno de noticias falsas de algunos países de ALC. Estos documentos fueron la base del análisis semántico documental por país sobre términos que caracterizan la agnógenesis. Se localizaron 33 publicaciones donde participan los 26 países de ALC estudiados. En 11 estudios colaboran con otros países, España principalmente, o hacen estudios globales. Y en 22 publicaciones participan únicamente países de ALC: Argentina (2: 2021) Brasil (12 publicaciones: 6 de 2019; 5 de 2020; 1 de 2021), Chile (3: 2 de 2019; 1 de 2022 la comparte con Colombia), Ecuador (2: 2021; 2022),



Fuente: modificado a partir de datos obtenidos de Google Trends.

■ Figura 1. Reporte de búsqueda de términos en América Latina y el Caribe. Frecuencia absoluta de noticias falsas (FANF) y Frecuencia absoluta de *fake news* (FAFN).  
 Figure 1. Latin American and Caribbean search term report. Absolute Frequency of fake news (FANF) and Absolute Frequency of fake news (FAFN).

■ **Tabla 1. Temas abordados sobre el fenómeno de la posverdad en algunos países de ALC en publicaciones extraídas de la base de datos Web of Science.**

Table 1. Publications extracted from the Web of Science database on the post-truth phenomenon in some LAC countries.

<b>Argentina</b>	
Temática general: “Desinformación y comunicación en tiempos de pandemia: repercusiones políticas y sociales”. Analizan la interrelación entre la pandemia global y la política mediatizada, incluyendo la comunicación presidencial argentina y sus repercusiones	
Artículo	Referencia
1. Pensar la verdad en tiempos de <i>fake news</i> . Diálogos entre Historia y Estudios Comunicacionales para repensar la problemática de la verdad en el periodismo digital	Grabosky (2021)
2. Pandemia global y política mediatizada: La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre 2020	Slimovich (2021)
<b>Brasil</b>	
Temática general: 1. Legitimación del periodismo y lucha contra las <i>fake news</i> 2. Desinformación y elecciones presidenciales	
3. Viral content on Facebook: a case study on the run-up to the 2018 Brazilian presidential election	Canavilhas y col. (2019a)
4. Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp	Canavilhas y col. (2019b)
5. “The agenda of disinformation”: fake news and membership categorization analysis in the 2018 Brazilian presidential elections	Chaves y Braga (2019)
6. Crosscheck as a legitimization strategy of the journalism field in reaction to fake news	Fossá y Müller (2019)
7. Desinformação e as fake news: apontamentos sobre seu surgimento, detecção e formas de combate	Furnival y Santos (2019)
8. Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues	Träsel y col. (2019)

continúa...

9. Journalism and fact-checking: typification of sources used for verification and criteria for selecting verified material and an analysis of Agencia Lupa and Aos Fatos	Damasceno y Patrício (2020)
10. COVID-19 in Brazil: an analysis of information consumption in social networks	Massarani y col. (2020b)
11. Between legality and legitimacy: differences and reasoning behind the definition and blocking of “fake news”	Paganotti-Monari y col. (2020)
12. COVID-19 and (hydroxy) chloroquine: a dispute over scientific truth during Bolsonaro’s weekly Facebook streams	Pontalti-Monari y col. (2020)
13. Information quality in Latin American digital native media: Analysis based on dimensions and structured indicators	Rodríguez-Hidalgo y col. (2020)
14. Disinformation in the Brazilian pre-election context: probing the content, spread and implications of fake news about Lula da Silva	Dourado y Salgado (2021)
<p><b>Chile</b>            Temática general: “Desinformación, calidad de la información y periodismo en el contexto de la salud y la pandemia”</p>	
15. La información digital enjuiciada por la prensa	Colle (2019)
16. Factores que influyen en compartir noticias falsas de salud <i>online</i>	Montero-Liberona y Halpern (2019)
17. Prácticas periodísticas en tiempos de pandemia de coronavirus. Un estudio comparado entre Chile y Colombia	Greene-González y col. (2022)
<p><b>Costa Rica</b>            Temática general: “Factores psicosociales y desinformación en Costa Rica”</p>	
18. Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica	Brenes-Peralta y col. (2021)

continúa...



**Ecuador**

Temática general: Información, verificación y percepciones en torno a la pandemia de COVID-19

19. Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador

López y col. (2021)

20. Verificación del discurso público desde la sociedad civil. Caso de la coalición Ecuador

Suing y col. (2022)

**México**

Temática general: Alfabetización mediática, desinformación y percepción de noticias falsas en México

21. Los desafiantes estereotipos con la alfabetización mediática e informacional en México. Estudios de medios

Flores-Michel y col. (2019)

22. ¿Quién cree las *fake news*? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México

Molina (2021)

**España**

Temática general: Desinformación, ética y percepción de noticias en el ámbito global

23. Consumo de noticias y percepción de *fake news* entre estudiantes de comunicación de Brasil, España y Portugal

Catalina-García y col. (2019)

24. "Periodismo, ética y posverdad" Colaboración de la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España y la Universidad Federal de Paraíba, Joao Pessoa, Brasil

Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019)

25. Actitudes populistas y percepciones de la opinión pública y los medios de comunicación: Estudio correlacional comparado entre España y Colombia

Romero-Rodríguez y col. (2021)

26. Reconocimiento de la calidad como prescriptor contra la desinformación. Estudio en España Chile y Argentina

Palau-Sampio y col. (2022)

continúa...

27. Asustar para desestabilizar: desinformación sobre la COVID-19 en Argentina y España	Tarullo y Gamir-Ríos (2022)
<p><b>Países de Europa, América y Asia</b></p> <p>Temática general: Desinformación, <i>fact-checking</i> y comunicación científica con perspectiva global</p>	
28. Las Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos	Coba y col. (2020)
29. COVID-19 and science communication: a JCOM special issue. Part 2	Massarani y col. (2020a)
30. Efectos mínimos, pánico máximo: redes sociales y democracia en América Latina	Mitchelstein y col. (2020)
31. A reflection on the epistemology of fact-checking journalism: challenges and dilemmas	Rodríguez (2020)
32. “Perceptions of the impact of the COVID-19 pandemic on the work of science journalists: global perspectives”	Massarani y col. (2021)
33. <i>Fact checking</i> durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia	Peña y col. (2021)

México (2: 2019; 2021) y Costa Rica (1: 2021). Se incluyeron 5 publicaciones de España en las que participan países de ALC. En 2019, 2 estudios compartidos con Brasil y en 2021, 1 compartido con Colombia. En 2022, 2 estudios con Argentina. En 1 de ellos también participa Chile. Además, se incluyen 6 estudios (4: 2020; 2: 2021) de Europa, América y Asia.

En Argentina se ha registrado la desinformación y la comunicación durante la pandemia. La investigación en Brasil se ha enfocado ampliamente a la legitimación del periodismo y la lucha contra las *fake news*, así como

la desinformación en las elecciones presidenciales. En Chile, se analizó la desinformación, calidad de la información y el periodismo en el contexto de la salud y la pandemia. Costa Rica investigó los factores psicosociales y la desinformación. En Ecuador se estudió la información, la verificación y las percepciones entorno a la pandemia de COVID-19. México se centró en la alfabetización mediática, la desinformación y la percepción de noticias falsas. España destacó con estudios sobre desinformación, ética y percepción de noticias a nivel global, incluyendo colaboraciones con otros países. A nivel mundial, se realizaron

investigaciones sobre desinformación, *fact-checking* y comunicación científica con perspectiva global.

La Tabla 2 presenta las redes semánticas formadas por los descriptores identificados en las publicaciones. Los descriptores refieren diferentes aspectos de la agnógenesis relacionados con la generación de desinformación, propaganda y manipulación de la información. El enfoque de la agnógenesis abarca la intencionalidad, tipos de contenidos, formas de comunicación y las motivaciones para realizar la actividad de desinformación. En los ámbitos donde se desarrollan se analizan los grupos organizados, las instituciones, el ambiente en que se vierte la información y las poblaciones a las que va dirigida. En los insu- mos de la agnógenesis se analizan los dife- rentes objetivos polarizadores. Los recursos y medios que se utilizan abarcan los diferentes medios periodísticos disponibles.

En la Figura 2, el diagrama de Sankey mues- tra las interacciones en relación con la pos- verdad. Destacan las conexiones entre los pro- cesos y la distribución de interacciones en el ecosistema de desinformación. Se resalta la relación entre credibilidad y verificación, así como la presencia de noticias falsas en el flu- jo de información. Las redes sociales juegan un papel importante en la difusión de desin- formación junto con las historias falsas. Aun- que hay interrupciones en el flujo, indicando aislamiento y magnitud de los procesos, se ob- serva que las noticias falsas interactúan con todos los procesos, aproximándose a un mo- delo teórico de desinformación o posverdad.

En la Figura 3, el diagrama de Sankey revela que las noticias falsas tienen una interacción destacada con las redes sociales, lo que resalta la importancia de este medio de comunica- ción dentro del contexto de la agnógenesis (ge- neración de desinformación). En otras palabras, las redes sociales desempeñan un papel sig- nificativo en la difusión y propagación de no- ticias falsas, lo cual es relevante dentro del mo- delo existente de generación de desinformación.

### Vulnerabilidad a la posverdad

La Tabla 3 muestra los datos por país en dife- rentes aspectos que podrían hacerlos suscep- tibles a ser afectados por la agnógenesis: per- cepción de la corrupción, niveles de pobreza y alfabetización. En cuanto a la corrupción, ninguno de los 26 países se encontró en los niveles de percepción muy baja (90 a 100) o ba- ja (80 a 89). Uruguay fue el único país que re- portó un nivel moderado de corrupción (70 a 79). En tanto que Chile y Bahamas, registraron un nivel de percepción alto (60 a 69); y Costa Ri- ca muy alto (50 a 59). Los demás países estu- diados (22), presentaron una percepción de ex- tremadamente corruptos (menos de 50 puntos).

La caracterización de la pobreza indicó que ninguno de los 26 países de ALC se reportó sin pobreza o con una distribución perfecta- mente igualitaria del ingreso o la riqueza (0.0), ni con una riqueza bastante igualitaria, aso- ciada a baja pobreza (1 a 20); mientras que Bahamas, El Salvador, República Dominicana y Uruguay, tuvieron un nivel moderado de pobreza, con una distribución de ingresos o riqueza moderadamente desigual (21 a 4). El resto de los países estudiados (22): son po- bres, con una distribución de ingresos o ri- queza muy desigual (41 a 60), por lo que nin- guno de los 26 países se ubicó en un nivel de pobreza o riqueza bastante desigual, aso- ciado a alta pobreza (61 a 80) o en extrema pobreza, con una distribución de ingresos o ri- queza extrema (81 a 100).

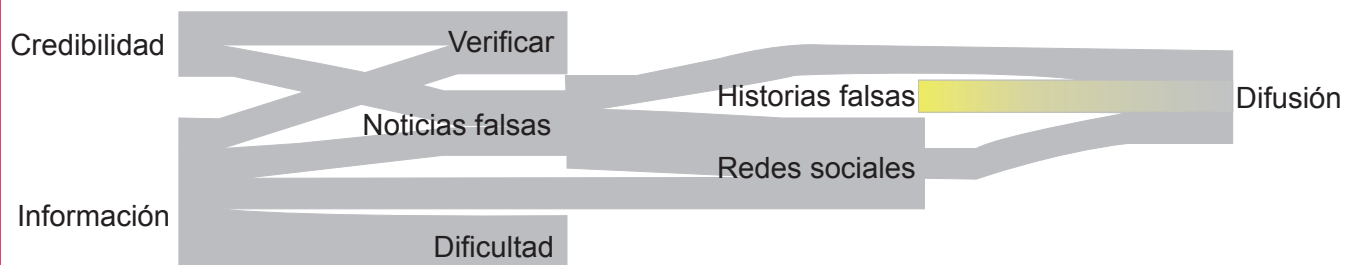
En la alfabetización de los países de ALC, no se reportó una tasa muy baja (por debajo del 50 %) y solo Haití registró una tasa de alfa- betización baja (entre el 50 % y el 69 %), mien- tras que Bahamas, Guatemala y Nicaragua re- portaron una tasa media (entre el 70 % y el 84 %). En tanto que, Bolivia, Brasil, Ecuador, El Salvador, Guyana, Honduras, Jamaica, Pa- raguay, Perú, Puerto Rico, República Domini- cana y Surinam obtuvieron una tasa alta (en- tre el 85 % y el 94 %) y Argentina, Chile, Co- lombia, Costa Rica, Cuba, Guinea, México, Pa- namá, Uruguay y Venezuela, tuvieron una tasa muy alta o superior (95 %).

■ Tabla 2. Concentrado de dimensiones por descriptores de la agnogénesis analizadas en Atlas Ti.  
Table 2. Concentrate of dimensions by agnogénesis descriptors analyzed in Atlas Ti.

Enfoque de la agnogénesis	
<b>Intencionalidad</b>	Capitalizar hostilidad previa; convertir la mentira en atractivo emocional; crear incertidumbre; fomentar la hostilidad; influenciar para mal intencionar; llamar emociones negativas; manipular.
<b>Contenidos</b>	Contexto falso; cifras sin fuentes; deformadas; dudosos; emocionales; fabricados; fuera de contexto; hechos manipulados; hechos ficticios; historias falsas; imitados; mentiras; manipulado; odio; sin calidad moral y ética.
<b>Comunicación</b>	Ambiente puramente digital; altamente mediática; comparte en masa; concluyen actores de diversos orígenes; difusión indiscriminada; inmediata; profusa difusión en redes; trasnacional.
<b>Motivaciones</b>	Defensivas; agresivas; autoritarias; intereses personales; orientaciones tendenciosas; coercitivas; desafiar a la verdad.
Ámbitos de la agnogénesis	
<b>Grupos organizados</b>	De opinión pública; grandes audiencias; ámbitos periodísticos; escenarios discursivos; movimientos sociales; ONGs.
<b>Instituciones</b>	Publicas; económicas; salud; colectivos políticos; emergencias sanitarias; colectivos organizados; partidos políticos.
<b>Ambiente</b>	Digital; virtual; políticos; campañas políticas; procesos electorales.
<b>Poblaciones</b>	Sujetos emocionales; jóvenes; estudiantes; adultos mayores; sujetos de criterios radicales; sujetos con necesidad de diversos tipos.
Insumos de la agnogénesis	
<b>Objetivos polarizadores</b>	Propósitos de difusión; propagación de contenido modificado; participación ciudadana; transposición y acomodo mutuo de los métodos de los medios de noticia y las de otras instituciones; modificación de productos y servicios; causas y efectos de comunicación en las redes sociales; ideologías; características sociodemográficas; personalidad hostil; personalidad negativa; personalidad débil que acepta todo; personalidad que lo sabe todo; corrupción; pesimismo; indecisión; credulidad en los <i>mass media</i> ; información dañina; descalificación; acoso; amenaza; desconfianza; desestabilización; desorden; perversión como modalidad; distorsión de la verdad; promiscuidad; comportamientos no éticos; engaño; mentira como base de éxito.
Recursos y medios que utiliza de la agnogénesis	
<b>Medios periodísticos</b>	Internet; redes sociales; <i>fact-checking</i> ; impresos electrónicos; medios digitales; plataformas; hipertexto; audio; video; texto; media; hipermedia; Youtube; Facebook; Instagram; fotografías; impresos en físico; <i>bots</i> ; whatsapp; televisión; revistas; periódicos; snapchat; tiktok; <i>storytelling</i> ; blog; messenger.

El Índice de Riesgo Infodémico (IRI) de los países de ALC se consideró de riesgo bajo (0 a 0.2) para Argentina, Bahamas, Brasil, Chile, Cuba, Ecuador, Guyana, Haití, Jamaica, Perú, República Dominicana y Surinam; de riesgo moderado (0.21 a 0.4) para Colombia, El Sal-

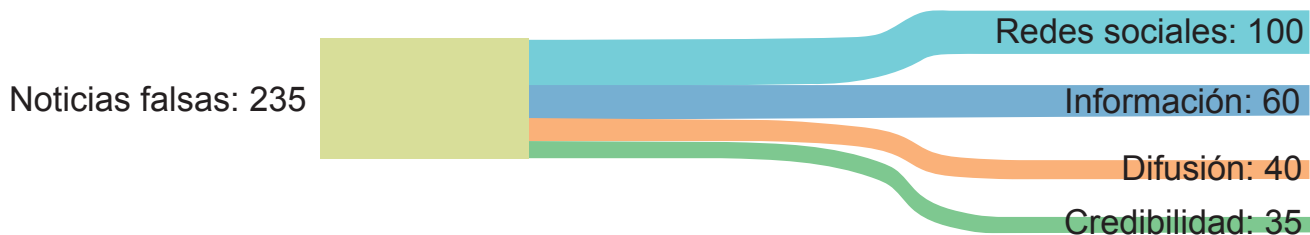
vador, Guinea, Paraguay y Uruguay; mientras que Guatemala y Panamá, se encontraron en un riesgo alto (0.41 a 0.6); y Bolivia, Costa Rica, Honduras, México, Nicaragua, Puerto Rico y Venezuela, se ubicaron en un riesgo muy alto (0.61 a 1).



Fuente: modificado a partir de base de datos Web of Science.

■ **Figura 2.** El diagrama de Sankey muestra el flujo de interacciones de los procesos de la posverdad según las redes semánticas extraídas de las publicaciones.

Figure 2. The Sankey diagram shows the flow of interactions of post-truth processes according to the semantic networks extracted from the publications.



Fuente: modificado con base en la consulta en la base de datos Web of Science.

■ **Figura 3.** El diagrama de flujo de interacción destacada de noticias falsas en las redes sociales.

Figure 3. The featured interaction flowchart of fake news in social networks.

En el Índice de Riesgo Infodémico Dinámico (IRID) de los países de ALC estudiados, Argentina, Chile, Cuba, Guyana, Jamaica, Nicaragua, Surinam y Uruguay se reportaron con un riesgo bajo (0 a 0.2), mientras que Bahamas, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guinea y Perú registraron un riesgo moderado (0.21 a 0.4); y los países de Bolivia, Brasil, Honduras, México, Panamá, República Dominicana y Venezuela tuvieron un riesgo alto (0.41 a 0.6) y Haití, Paraguay y Puerto Rico reportaron un riesgo muy alto (0.61 a 1).

En la Tabla 4 se observa que el IRI tuvo una correlación débil con la alfabetización y media con la pobreza, pero en ambos casos el valor no fue significativo ( $P > 0.05$ ). La percepción de la corrupción presentó un valor considerable y significativo ( $P < 0.05$ ) res-

pecto al valor de IRI, indicando que en los países en que la población percibe un mayor índice de corrupción, la posibilidad de generar angiogénesis respecto a la pandemia COVID-19 fue mayor.

El comportamiento del IRID fue similar al IRI, presentando una correlación débil con la pobreza y media con el nivel de alfabetización, pero en ambos casos no significativa. La percepción de corrupción presentó un valor medio (0.465) y significativo ( $P < 0.05$ ), indicando que, en estos países, en los que se percibe alta corrupción, existió un mayor riesgo de agnogénesis relacionada al COVID-19.

### DISCUSIÓN

La agnogénesis y su capacidad de crear ignorancia a través de la posverdad, mediante

■ **Tabla 3. Concentrado de datos recuperados, organizados por país en orden alfabético e interpretados conforme a escala sobre pobreza, alfabetización, corrupción, índice de riesgo infodémico e índice de riesgo infodémico dinámico.**

Table 3. Concentrate of data retrieved, organized by country in alphabetical order and interpreted according to scale on poverty, literacy, corruption, infodemic risk index and dynamic infodemic risk index.

País	Pobreza (2023)		Alfabetización (2023)		Corrupción (2021)		Índice de riesgo infodémico IRI 2023		Índice de riesgo infodémico dinámico IRID 2023	
	Puntaje	Desigualdad	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Riesgo	Puntaje	Riesgo
Argentina	42.3	Muy desigual	99	Muy alto	38	Extremo	0.087	Bajo	0.188	Bajo
Bahamas	39	Moderada	83	Media	64	Alto	0.04	Bajo	0.222	Moderado
Bolivia	43.6	Muy desigual	93	Alto	30	Extremo	1	Muy alto	0.45	Alto
Brasil	48.9	Muy desigual	93	Alto	38	Extremo	0.084	Bajo	0.485	Alto
Chile	44.9	Muy desigual	96	Muy alto	67	Alto	0.017	Bajo	0.167	Bajo
Colombia	54.2	Muy desigual	95	Muy alto	39	Extremo	0.242	Moderado	0.286	Moderado
Costa Rica	49.3	Muy desigual	98	Muy alto	58	Muy alto	0.659	Muy alto	0.4	Moderado
Cuba	41	Muy desigual	100	Muy alto	46	Extremo	0.113	Bajo	0.138	Bajo
Ecuador	47.3	Muy desigual	93	Alto	36	Extremo	0.177	Bajo	0.248	Moderado
El Salvador	38.8	Moderada	89	Alto	34	Extremo	0.307	Moderado	0.4	Moderado
Guatemala	48.3	Muy desigual	82	Media	25	Extremo	0.452	Alto	0.324	Moderado
Guinea	57.9	Muy desigual	95	Muy alto	17	Extremo	0.4	Moderado	0.4	Moderado
Guyana	45.1	Muy desigual	93	Alto	39	Extremo	0.2	Bajo	0.003	Bajo
Haití	41.1	Muy desigual	62	Bajo	20	Extremo	0.108	Bajo	0.667	Muy alto
Honduras	48.2	Muy desigual	87	Alto	23	Extremo	0.983	Muy alto	0.538	Alto
Jamaica	45.5	Muy desigual	89	Alto	44	Extremo	0.005	Bajo	0.1	Bajo

continúa...

México	45.4	Muy desigual	95	Muy alto	31	Extremo	0.714	Muy alto	0.444	Alto
Nicaragua	46.2	Muy desigual	83	Media	20	Extremo	1	Muy alto	0.188	Bajo
Panamá	49.8	Muy desigual	95	Muy alto	36	Extremo	0.571	Alto	0.571	Alto
Paraguay	43.5	Muy desigual	94	Alto	30	Extremo	0.382	Moderado	1	Muy alto
Perú	43.8	Muy desigual	94	Alto	36	Extremo	0.104	Bajo	0.267	Moderado
Puerto Rico	41	Muy desigual	92	Alto	49	Extremo	0.779	Muy alto	0.75	Muy alto
República Dominicana	39.6	Moderada	94	Alto	55	Muy alto	0.118	Bajo	0.535	Alto
Surinam	57.9	Muy desigual	94	Alto	39	Extremo	0.078	Bajo	0.08	Bajo
Uruguay	40.2	Muy desigual	99	Muy alto	73	Moderado	0.382	Moderado	0.01	Bajo
Venezuela	44.8	Muy desigual	97	Muy alto	14	Extremo	0.867	Muy alto	0.571	Alto

la diseminación de información falsa, en los países de ALC estudiados, presentó una destacada interacción con las redes sociales. Este fenómeno se relaciona con el importante crecimiento de usuarios de las redes, el cual se estima en alrededor de 66 % en América Latina en los últimos años (Sierra-Caballero y Sola-Morales, 2020). La ignorancia generada por la agnógenes es un vacío cuya duración aún no se ha determinado, de acuerdo con Proctor (2020), ya que el análisis semántico revela una amplia gama de formas de comunicación en un entorno digital altamente mediático y compartido masivamente.

La vulnerabilidad a la agnógenes se evidenció con el análisis de la desinformación generada alrededor de la pandemia COVID-19. La pobreza y la alfabetización no tuvieron una influencia significativa en los indicadores de IRI e IRID (Tabla 4). La alfabetización, de acuerdo con Parker (2020), es un factor determinante para evitar que la posverdad erosione la confianza en las instituciones públicas y ocasione una polarización extrema. Por otra parte, desde la perspectiva

de Bronstein y col. (2018), surge la pregunta de si las personas en ALC realmente tienen acceso a suficiente información para poder elegir, como sugiere Hakak y col. (2021), o si es posible que no todos creen en todo, como menciona De-Espinosa (2001). También se puede plantear que la región aún no se ha convertido en la sociedad de la ignorancia descrita por Lazcano y Jaime (2020). Aunque

■ **Tabla 4. Análisis de correlación y probabilidad de las variables: corrupción, pobreza y alfabetización con respecto a las variables IRI e IRID.**  
Table 4. Correlation and probability analysis of the variables: corruption, poverty and literacy with respect to the IRI and IRID variables.

Factor de riesgo	IRI <sup>a</sup>	IRID <sup>b</sup>
	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>
Pobreza	0.135	-0.047
Alfabetización	0.031	-0.185
Corrupción	-0.505*	-0.465*

\*Indica significancia con  $P \leq 0.05$ .

<sup>a</sup>Índice de riesgo infodémico.

<sup>b</sup>Índice de riesgo infodémico dinámico.

en este trabajo no se logró establecer la influencia de la pobreza alrededor de la infodemia relacionada con COVID 19, si influye en la agnogénesis, según Sued y Kedikian (2020).

La corrupción en ALC mostró relación con la agnogénesis vinculada a la infodemia de COVID-19, confirmando la existencia de la posverdad en países con percepciones elevadas de corrupción en la región, un problema difundido en la región, de acuerdo con Saldaña y Mourão (2018). Autores como Valero-Pastor y col. (2019), López-Martín y col. (2020) y Singh y Sharma (2021) resaltan que la posverdad principalmente discurre a través del periodismo que distorsiona la información, siendo un mecanismo de poder y noticias por medio de la financiación a la corrupción periodística por parte de grupos económicos y políticos, con una orientación política descontextualizada para influir y cambiar la percepción.

## CONCLUSIONES

La agnogénesis es un fenómeno ampliamente presente y relevante en América Latina y el Caribe en donde las redes sociales desempeñan un papel importante en la generación de la posverdad. En esta región existe un marcado interés del público en el fenómeno de las “fake news”. En cuanto a la vulnerabilidad a la posverdad, respecto al índice de riesgo infodémico e índice de riesgo infodémico dinámico, se encontraron valores de correlación débiles o medios, ambos no significativos, en su asociación con la pobreza y la alfabetización; los medios y considerables al asociarlos con la alta percepción de corrupción indican la complejidad de los factores que influyen en la vulnerabilidad. La posverdad como estrategia de la agnogénesis en ALC es un fenómeno relevante aunque complejo, manifestado en variadas formas de desinformación. Es necesario abordar el problema de la posverdad desde múltiples enfoques, considerando la diversidad de contextos en la región.

## REFERENCIAS

- Banco Mundial (2020). Índice de Pobreza y Alfabetización en América Latina y el Caribe. [En línea]. Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/>. Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2021.
- Braun, J. A. and Eklund, J. L. (2019). Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism. *Digital Journalism*. 7(1): 1-21.
- Brenes, P. C., Pérez, S. R. y Siles, G. I. (2021). Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica. *Cuadernos. Info*. (49): 213-236.
- Bronstein, M., Pennycook, G., Bear, A., Rand, D. G., and Cannon, T. (2018). Belief in Fake News Is Associated with Delusionality, Dogmatism, Religious Fundamentalism, and Reduced Analytic Thinking Social Science Research Network. [En línea]. Disponible en: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3172140>. Fecha de consulta: 1 de marzo de 2022.
- Canavilhas, J., Bittencourt, M., and de Andrade, M. (2019a). Viral content on facebook: a case study on the run-up to the Brazilian 2018 presidential elections. *Brazilian Journalism Research*. 15(3): 562-589.
- Canavilhas, J., Colussi, J. y Moura, Z. B. (2019b). Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp. *El Profesional de la Información*. 28(5).
- Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Po-blete-Tiznado, J. P., and Durán-Anabalón, C. (2021). Fake news and unfunded beliefs in the post-truth age. *Universitas*. (34): 87-108.
- Catalina-García, B., Sousa, J. P., and Sousa, L. C. S. C. S. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*. 18(2): 93-115.
- CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021). Estados miembros consultados. [En línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3JyCpBp>. Fecha de consulta: 23 de octubre de 2021.
- Chauhan, A. y Foster, J. (2014). Representations of poverty in British newspapers: a case of ‘othering’ the threat? *Journal of Community & Applied Social Psychology*. 24(5): 390-405.



- Chaves, M. and Braga, A. (2019). The agenda of disinformation: "fake news" and membership categorization analysis in the 2018 Brazilian presidential elections. *Brazilian Journalism Research*. 15(3): 474-495.
- Coba, L. G., Gutiérrez, P. C., and Díaz, J. A. G. (2020). La Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*. (78): 237-264.
- Colle, R. (2019). La información digital enjuiciada por la prensa. *Revista Mediterránea de Comunicación*. 10(1): 215-224.
- Cortés, C. y Isaza, L. (2021). ¿La nueva normalidad? Desinformación y control de contenidos en las redes sociales con ocasión del COVID-19. Universidad de Palermo, Argentina. [En línea]. Disponible en: [https://www.palermo.edu/Archivos\\_content/2021/cele/papers/Moderacion-Covid-19.pdf](https://www.palermo.edu/Archivos_content/2021/cele/papers/Moderacion-Covid-19.pdf). Fecha de consulta: 16 de abril de 2023.
- Damasceno, D. and Patrício, E. (2020). JOURNALISM AND FACT-CHECKING: typification of sources used for checking and criteria for selecting fact-checked material—an analysis by Agência Lupa and Aos Fatos. *Brazilian Journalism Research*. 16(2): 368-393.
- Davids, N. (2021). Academic freedom and the fallacy of a post-truth era. *Educational Philosophy and Theory*. 53(11): 1183-1193.
- De-Espinosa, E. L. (2001). De bruces con la posmodernidad: Ignorancia, poder y comunicación en la sociedad del riesgo. *Política Exterior*. 15(80):11-20.
- De-Moraes, C. P. (2020). "Deepfake" as a tool for manipulation and dissemination of "fakenews" in video format in social networks. *Biblios-Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*. 79: 63-72.
- Dourado, T. and Salgado, S. (2021). Disinformation in the Brazilian pre-election context: probing the content, spread and implications of fake news about Lula da Silva. *The Communication Review*. 24(4): 297-319.
- Elías, C. (2018). Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y hechos alternativos. Ámbitos. *Revista Internacional de Comunicación*. 40.
- Figueira, J. y Santos, S. (2019). Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: Análisis de su consumo y actitudes. *El Profesional de la Información (EPI)*. 28(3).
- Flores-Michel, J., Treviño, M. E. G., and Leyton, A. E. G. (2019). The Challenging Stereotypes with Media and Information Literacy in Mexico. *Media Studies*. 10(19): 68-82.
- Flores-Vivar, J. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: Diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. [En línea]. Disponible en: <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/10743>. Fecha de consulta: 12 de mayo de 2022.
- Flostrand, A., Pitt, L., and Kietzmann, J. (2020). Fake news and brand management: A Delphi study of impact, vulnerability and mitigation. *Journal of Product and Brand Management*. 29(2): 246-254.
- Freije, V. and Nolan, R. (2021). Interpretative Challenges in the Archive: An Introduction. *Journal of Social History*. 55(1): 1-6.
- Fossá, M. I. T. and Müller, K. A. (2019). Crosscheck as a legitimization strategy of the journalism field in reaction to fake news. *Brazilian Journalism Research*. 15(3): 430.
- Foucault, M. (2009). Nacimiento de la biopolítica: curso del *Collège de France (1978-1979)* (Vol. 283). España: Ediciones Akal. 14-30 Pp.
- Furnival, A. C. M. and Santos, T. (2019). Desinformação e as fake news: apontamentos sobre seu surgimento, detecção e formas de combate. *Conexão Comunicação e Cultura*. 18(36): 94-113.
- García, M. A. (2018). Fake News: La verdad de las noticias falsas. Plataforma. [En línea]. Disponible en: <https://bit.ly/31dhfrf>. Fecha de consulta: 8 de marzo de 2022.
- Grabosky, S. G. (2021). Pensar la verdad en tiempos de fake news: Diálogos entre Historia y Estudios Comunicacionales para repensar la problemática de la verdad en el periodismo digital. *Question/Cuestión*. 3(70): E618-E618.
- Greene-González, M. F., Cerda-Diez, M. F. y Ortiz-Leiva, G. (2022). Prácticas periodísticas en tiempos de pandemia de coronavirus. Un estudio comparado entre Chile y Colombia. *Revista de Comunicación*. 21(1): 195-213.
- Gudonis, M. and Jones, B. T. (2020). *History in a post-truth world: Theory and praxis* (Vol. 39). E.U: Routledge. 27 Pp.
- Hakak, S., Alazab, M., Khan, S., Gadekallu, T. R., Maddikunta, P. K. R., and Khan, W. Z. (2021). An ensemble machine learning approach through effective feature extraction to classify fake news. *Future Generation Computer Systems-the International*

*Journal of Escience*. 117: 47-58.

Jang, S. M. and Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*. 80: 295-302.

Kanidinc, B. (2021). Dijital Ortamda (Ç) evrilen Toplum: Bulgaristan Göçmenlerinin Dijital Ortam Çeviri Pratiklerine Netnografik Bir Yaklaşım. *İstanbul Üniversitesi Çeviribilim Dergisi*. (14): 19-35.

Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. (First edition). *United States of America: St. Martin's Publishing Group*: 780 Pp.

Kilgo, D. K., Harlow, S., Garcia-Perdomo, V., and Salaverria, R. (2018). A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*. 19(11): 1497-1516.

Kozinets, R. V. (2010). Netnography: The marketer's secret weapon. *White Paper*. 1-13.

Kreiss, D. and McGregor, S. C. (2018). Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with Campaigns During the 2016 U.S. *Presidential Cycle*. *Political Communication*. 35(2): 155-177.

Lara, G., Santana, A., Lira, A. y Peña, A. (2019). El desarrollo del hardware para la realidad virtual. *RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*. (31): 106-117.

Lazcano, M. y Jaime, A. (2020). Democracia y Noticias Falsas (Democracy and Fake News) Social Science Research Network. [En línea]. Disponible en: <https://papers.ssrn.com/abstract=3617176>. Fecha de consulta: 14 de febrero de 2022.

López, A. M., Moreno, P. D. C. y Mera, J. M. B. (2021). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*. 20(1): 137-152.

López, J. (2001). Periodismo latinoamericano. Los casos más comunes de corrupción. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*. 76: 18-25.

López-Martín, Á., Córdoba-Cabús, A., López-Martín, Á. y Córdoba-Cabús, A. (2020). Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas. *Dixit*. (33): 61-73.

Manoli, A. E. and Bandura, C. (2021). Perceptions of the role of traditional and social media in communicating corruption. *Sport Management Review*.

24(3): 500-516.

Massarani, L., Luiz, F. N., Entradas, M., Lougheed, T., and Bauer, M. W. (2021). Perceptions of the impact of the COVID-19 pandemic on the work of science journalists: global perspectives. *Perceptions of the impact of the COVID-19 pandemic on the work of science journalists: global perspectives*. (7).

Massarani, L., Murphy, P., and Lamberts, R. (2020a). COVID-19 and science communication: a JCOM special issue. Part 2. *Journal of Science Communication*. 19(07): E.

Massarani, L. M., Waltz, I., and Leal, T. (2020b). COVID-19 in Brazil: an analysis about the consumption of information on social networks. *JCOM: Journal of Science Communication*. 19(7-A07): 1-21.

Mitchelstein, E., Matassi, M., and Boczkowski, P. J. (2020). Minimal effects, maximum panic: social media and democracy in Latin America. *Social Media+ Society*. 6(4).

Molina, R. G. (2021). ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *AdComunica*. 235-264.

Mueller, S. M., Jungo, P., Cajacob, L., Schwegler, S., Itin, P., and Brandt, O. (2019). The Absence of Evidence is Evidence of Non-Sense: Cross-Sectional Study on the Quality of Psoriasis-Related Videos on YouTube and Their Reception by Health Seekers. *Journal of Medical Internet Research*. 21(1): e11935.

Montero-Liberona, C. y Halpern, D. (2019). Factores que influyen en compartir noticias falsas de salud online. *Profesional de la Información*. 28(3).

Nash, B. L. (2021). Constructing meaning online: Teaching critical reading in a post-truth era. *The Reading Teacher*. 74(6): 713-722.

Observatorio de Infodemia COVID-19 (2020). Índice de Riesgo Infodémico. [En línea]. Disponible en: <https://covid19obs.fbk.eu/#/>. Fecha de consulta: 10 de abril de 2022.

Orkibi, E. (2015). 'New politics', new media-new political language? A rhetorical perspective on candidates' self-presentation in electronic campaigns in the 2013 Israeli elections. *Israel Affairs*. 21(2): 277-292.

Padilla, L. (2019). Verificado, un esfuerzo para combatir las noticias falsas. *#PerDebate*. 3: 194-201.

Paganotti, I., Sakamoto, L. M., and Ratier, R. P. (2020). BETWEEN LEGALITY AND LEGITIMACY:

differences and reasoning behind the TSE's definition and blocking of "fake news". *Brazilian Journalism Research*. 16(2): 320-341.

Palau-Sampio, D., Carratalá, A., Tarullo, R. y Crisóstomo, P. (2022). Reconocimiento de la calidad como prescriptor contra la desinformación. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. XXX (72): 1-12.

Parker, L. (2020). Literacy in the post-truth era: The significance of affect and the ethical encounter. *Educational Philosophy and Theory*. 53(6): 613-623.

Pennycook, G. and Rand, D. G. (2020). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*. 88(2): 185-200.

Peña, A. G., Bermej, M. E., and Zanni, S. (2021). Fact checking durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia. *Revista de Comunicación*. 20(1): 197-215.

Pontalti-Monari, A. C., Santos, A., and Sacramento, I. (2020). COVID-19 and (hydroxy) chloroquine: a dispute over scientific truth during Bolsonaro's weekly Facebook live streams. *Journal of Science Communication*. 19(7): A03.

Proctor, R. N. (2020). Agnotología (Agnotology). *Revista de Economía Institucional*. 22(42).

Ríos, G. (2020). El impacto económico de la crisis del coronavirus en América Latina: canales de transmisión, mitigantes y respuestas de políticas públicas. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*. (73): 1.

Rodrigo-Alsina, M. y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos. Info*. (44): 225-239.

Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: Breve genealogía. *El Profesional de la Información*. 28(3).

Rodríguez-Hidalgo, C., Rivera-Rogel, D., and Romero-Rodríguez, L. M. (2020). Information quality in Latin American digital native media: Analysis based on structured dimensions and indicators. *Media and Communication*. 8(2): 135-145.

Rodríguez, P. C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*. 19(1): 243-258.

Rodríguez-Pérez, C., Calvo, D. y Campos-Domínguez, E. (2022). Fact-checking en Colombia: RedCheq en las elecciones regionales de 2019. *Cuadernos.info*. (53): 46-69.

Romero-Rodríguez, L. M., Tejedor, S. y Monteale-

gre, M. V. P. (2021). Actitudes populistas y percepciones de la opinión pública y los medios de comunicación: Estudio correlacional comparado entre España y Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*. (79): 43-66.

Saldaña, M. Y. y Mourão, R. R. (2018). Reportaje en América Latina: Temas y perspectivas del periodismo de investigación en la región. *The International Journal of Press/Politics*. 23(3): 299-323.

Schuster, P. R. (2018). O funcionamento da metáfora no discurso jornalístico de revista: Temas sindicais em Veja e Revista do Brasil. *Comunicação Midiática*. 13(1): 20-33.

Sierra-Caballero, C. y Sola-Morales, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina, en *Comunicación y Sociedad*. [En línea]. Disponible en: <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>. Fecha de consulta: 21 de marzo de 2023.

Singh, B. and Sharma, D. K. (2021). Predicting image credibility in fake news over social media using multi-modal approach. *Neural Computing and Applications*. 34(24): 21503-21517.

Slimovich, A. (2021). Pandemia global y política mediatizada: La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre 2020. *Comunicación y Hombre*. 17(1-2021): 85-102.

Sojo, A. (2018). La cohesión social democrática como guía de las políticas públicas: una perspectiva conceptual y metodológica renovada. *Aprendizajes en Cohesión Social: Colección Eurosocial*. (1): 66.

Song, C., Ning, N., Zhang, Y., and Wu, B. (2021). A multimodal fake news detection model based on crossmodal attention residual and multichannel convolutional neural networks. *Information Processing & Management*. 58(1): 102437.

Sued, G. E. y Kedikian, M. R. (2020). Noticias falsas en Facebook: narrativas, circulación y verificación. Los casos de Argentina y México. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 26(3): 1229.

Suing, A., Ricaurte, C. y Ordóñez, K. (2022). Verificación del discurso público desde la sociedad civil. Caso de la coalición Ecuador Verifica. *Documentación de las Ciencias de la Información*. 45(1): 53.

Tarullo, R. y Gamir-Ríos, J. (2022). Asustar para desestabilizar: desinformación sobre la COVID-19 en Argentina y España. *Cuadernos. Info*. (52): 47-68.

Transparencia Internacional (2020). Índice de

Percepción de la Corrupción (IPC). [En línea]. Disponible en: <https://www.transparency.org/en/end-corruption>. Fecha de consulta: 15 de febrero de 2021.

Träsel, M., Lisboa, S., and Vinciprova, G. R. (2019). Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues. *Brazilian Journalism Research*. 15(3): 452.

Valero-Pastor, J. M., Carvajal-Prieto, M. Y García-Avilés, J. A. (2019). Flujos de trabajo para el periodismo postindustrial: Métodos y programas para una comunicación organizacional más ágil y transversal. *Profesional de la Información*. 28(5).

Vargo, C. J., Guo, L., and 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 (EPI)*. 28(3): 2.

Vosoughi, S., Roy, D. y Aral, S. (2018). La difusión de noticias verdaderas y falsas en línea. *Ciencia*. 359(6380): 1146-1151.

Wescott, S. (2021). What an English teacher knows: Teaching in the post-truth era. *Changing English*. 28(1): 118-130.

White, J. (1980). Machiavelli and the Bar-Ethical Limitations on Lying in Negotiation. *American Bar Foundation Research Journal*. 5(4): 926-938.

Zhang, X. and Ghorbani, A. A. (2020). An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing & Management*. 57(2): 102025.