

DOI: <https://doi.org/10.23913/ctes.v11i22.862>

El impacto de las fake news en las redes sociales

The impact of fake news on social networks

María Elena Pineda Solorio

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

maria.pineda@umich.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1069-8946>

Resumen

El impacto de las *fake news* en las redes sociales ha adquirido una relevancia considerable en los últimos años debido a la rapidez con la que se propagan y su capacidad para influir en la opinión pública. Las plataformas como Facebook, Twitter e Instagram han permitido que las personas accedan a información de manera inmediata, pero también han facilitado la difusión de contenido no verificado. Este trabajo explora cómo las *fake news* afectan el comportamiento de los usuarios en redes sociales, generando desinformación, polarización y desconfianza en las instituciones. Se examinan estudios teóricos y empíricos que revelan cómo el consumo constante de noticias falsas puede alterar la percepción de la realidad, fomentando el sesgo de confirmación y la radicalización. Asimismo, se analizan las medidas implementadas por las plataformas digitales para mitigar el problema y se propone un enfoque integral que incluye la educación mediática y la mejora de los algoritmos de contenido para reducir la propagación de información falsa.

Palabras clave: fake news, rapidez, plataformas, personas, información.

Abstrac

The impact of fake news on social media has gained considerable relevance in recent years due to the speed with which it spreads and its ability to influence public opinion. Platforms such as Facebook, Twitter and Instagram have allowed people to access information immediately, but they have also facilitated the spread of unverified content. This paper explores how fake news affects the behavior of users on social networks, generating disinformation, polarization, and distrust in institutions. It examines theoretical and empirical studies that reveal how the constant consumption of fake news can alter the perception of reality, fostering confirmation bias and radicalization. Likewise, the measures

implemented by digital platforms to mitigate the problem are analyzed and a comprehensive approach is proposed that includes media education and the improvement of content algorithms to reduce the spread of false information.

Keywords: fake news, speed, platforms, people, information.

Introducción

La revolución digital ha transformado el acceso y la distribución de información. Las redes sociales, originalmente diseñadas para conectar personas y facilitar la comunicación, se han convertido en una de las principales fuentes de información a nivel mundial. Según el estudio de Reuters Institute (2023), un porcentaje significativo de la población mundial utiliza redes sociales como principal medio de información, lo que ha cambiado radicalmente la dinámica del consumo informativo. Sin embargo, este fenómeno ha generado un entorno vulnerable a la desinformación, especialmente con la proliferación de las llamadas *fake news*.

Las *fake news* son noticias fabricadas o distorsionadas intencionadamente para desinformar, manipular o influir en la opinión pública. Su crecimiento en las redes sociales ha sido exponencial debido a la estructura algorítmica que prioriza la viralidad y las interacciones, sin que exista un filtro claro que distinga entre contenido verdadero y falso. El impacto de estas noticias falsas no solo afecta a los individuos que las consumen, sino que tiene repercusiones más amplias en la sociedad, fomentando la polarización, erosionando la confianza en las instituciones y contribuyendo a la radicalización política. Un claro ejemplo de este fenómeno fue el papel que jugaron las *fake news* durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y el referéndum del Brexit en el Reino Unido, donde la desinformación influyó en los votantes.

Este trabajo busca analizar el impacto de las *fake news* en las redes sociales desde una perspectiva multidimensional. En primer lugar, se examina cómo estas noticias se propagan a través de las plataformas digitales y el papel de los algoritmos en este proceso. En segundo lugar, se aborda el impacto psicológico y social en los usuarios, analizando los efectos del sesgo de confirmación y la polarización. Finalmente, se discuten las iniciativas que han surgido para combatir este problema, como la verificación de hechos, y se proponen medidas que podrían ser más eficaces para limitar la difusión de noticias falsas.

El presente artículo se estructura en los siguientes apartados: Resumen, Abstract, introducción, en su desarrollo están seis subcapítulos, contiene también metodología, resultados, discusión, conclusiones, futuras líneas de investigación, agradecimientos y las referencias con los autores citados en el fondo del trabajo.

Definición de *fake news* y su proliferación en redes sociales

El término *fake news* se refiere a la información deliberadamente falsa o engañosa, creada con la intención de desinformar o manipular a la audiencia (Allcott & Gentzkow, 2017). Este fenómeno no es nuevo; sin embargo, la llegada de las redes sociales ha

permitido que las *fake news* se propaguen de manera masiva y en tiempo real, alcanzando audiencias globales con mayor rapidez que las noticias verdaderas. Las plataformas sociales, como Twitter y Facebook, se basan en algoritmos que priorizan el contenido que genera más interacciones, sin evaluar su veracidad (Bakir & McStay, 2018). Este diseño algorítmico facilita la viralización de noticias falsas, ya que suelen presentar titulares sensacionalistas que apelan a las emociones del usuario, incentivando la lectura y el compartido sin verificación previa.

Estudios como el de Vosoughi, Roy y Aral (2018) demostraron que las noticias falsas se difunden seis veces más rápido que las verdaderas en Twitter, debido a que generan más sorpresa e impacto emocional en los usuarios. Este fenómeno no solo expone a más personas a la desinformación, sino que también hace más difícil corregir la información falsa una vez que se ha viralizado. Las plataformas, conscientes del problema, han implementado mecanismos como la verificación de hechos; sin embargo, estas medidas han demostrado ser insuficientes frente a la magnitud del problema.

Las redes sociales, impulsadas por algoritmos que priorizan el contenido emocional y sensacionalista, han facilitado la viralización de noticias falsas. Según Tandoc, Lim y Ling (2018), la estructura de estas plataformas permite que las *fake news* se diseminen más rápidamente que las noticias verdaderas, debido a su capacidad de generar mayor sorpresa y reacciones emocionales en los usuarios. Esta viralidad se basa en la amplificación algorítmica, donde el contenido con más interacciones aparece con mayor frecuencia en los feeds, independientemente de su veracidad. Martens, Aguiar, Gomez-Herrera y Mueller-Langer (2018) destacan que los algoritmos de las plataformas están diseñados para maximizar la participación, favoreciendo así la diseminación de noticias sensacionalistas que captan la atención del usuario. Como resultado, se crea un entorno en el que las *fake news* se propagan de manera más eficiente y alcanzan un mayor público que las noticias verificadas.

Los efectos psicológicos de las *fake news*

Las *fake news* tienen un impacto psicológico significativo en los usuarios. Una de las principales razones por las que las personas son susceptibles a creer en noticias falsas es el fenómeno conocido como "efecto de verdad ilusoria". Este efecto ocurre cuando la repetición de una afirmación, ya sea verdadera o falsa, incrementa la probabilidad de que las personas la acepten como cierta (Fazio et al., 2015). En las redes sociales, donde los usuarios están expuestos repetidamente a la misma información a través de diferentes fuentes, este efecto se intensifica.

Otro factor clave es el sesgo de confirmación, una tendencia cognitiva en la que las personas tienden a buscar, interpretar y recordar información que confirme sus creencias preexistentes (Nickerson, 1998). Las *fake news* aprovechan este sesgo, ya que suelen diseñarse para apelar a las creencias y emociones de grupos específicos. Esto no solo refuerza las opiniones previas de los usuarios, sino que también dificulta que reconsideren o cuestionen la veracidad de la información que consumen.

Además, estudios han demostrado que la exposición continua a *fake news* puede generar desconfianza en los medios de comunicación y en las instituciones, fomentando actitudes cínicas y el rechazo hacia fuentes de información legítimas (Pennycook & Rand, 2019). La repetición y la falta de verificación pueden distorsionar la percepción de la realidad, afectando el comportamiento electoral, la participación cívica y la confianza en los sistemas democráticos.

Desde un punto de vista psicológico, las *fake news* tienen un impacto significativo en la percepción y el procesamiento de la información. Marchi (2012) señala que, en un entorno digital, los adolescentes tienden a rechazar la objetividad periodística tradicional y a confiar más en contenido que resuena con sus creencias y emociones, haciéndolos más susceptibles a aceptar y compartir *fake news*. Lewandowsky, Stritzke, Freund, Oberauer y Krueger (2013) argumentan que la repetición de información falsa genera el efecto de verdad ilusoria, donde los usuarios tienden a creer en la veracidad de una afirmación simplemente por haberla visto repetidamente. Además, el sesgo de confirmación juega un papel fundamental en la aceptación de noticias falsas, ya que las personas buscan y aceptan información que confirme sus creencias preexistentes (Pennycook, Cannon, & Rand, 2018). Esta combinación de factores contribuye a la consolidación de creencias erróneas y a la dificultad para corregir la desinformación.

Consecuencias sociales: Polarización y radicalización

Las *fake news* no solo afectan el ámbito individual, sino que tienen profundas repercusiones sociales. Una de las principales consecuencias es la polarización. Las redes sociales, al emplear algoritmos que filtran y muestran contenido en función de los intereses y preferencias del usuario, tienden a crear burbujas informativas. En estas burbujas, los usuarios se exponen únicamente a información que refuerza sus puntos de vista, lo que contribuye a la polarización social y política (Pariser, 2011). La exposición continua a noticias falsas que apoyan una determinada ideología o creencia intensifica la división entre diferentes grupos, debilitando el debate público y el consenso social.

Este fenómeno ha sido evidente en eventos políticos recientes, como las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y el referéndum del Brexit en el Reino Unido. En ambos casos, las *fake news* jugaron un papel crucial en la polarización de los votantes, exacerbando la desconfianza hacia los medios de comunicación y las instituciones políticas tradicionales (Guess et al., 2020). Esta polarización ha llevado a un aumento de la radicalización en línea, donde grupos extremistas utilizan las *fake news* para difundir ideologías extremas y reclutar nuevos miembros.

Las *fake news* tienen consecuencias sociales profundas, especialmente en términos de polarización política y social. Egelhofer y Lecheler (2019) destacan que la exposición continua a noticias falsas que refuerzan una determinada ideología o creencia puede intensificar la polarización entre diferentes grupos, fenómeno agravado por las "cámaras de eco", donde los usuarios se exponen principalmente a información que confirma sus

puntos de vista. Por otro lado, Faris et al. (2017) argumentan que las fake news no solo polarizan, sino que también generan una profunda desconfianza en las instituciones y los medios de comunicación tradicionales. La repetida exposición a noticias falsas y sensacionalistas socava la credibilidad de las fuentes legítimas, lo que puede llevar a una crisis de confianza en los sistemas democráticos y a un aumento de actitudes cínicas entre los ciudadanos.

Algoritmos y la responsabilidad de las plataformas

Uno de los principales motores detrás de la propagación de las *fake news* es la forma en que los algoritmos de las redes sociales priorizan el contenido. Estas plataformas están diseñadas para maximizar la interacción del usuario, lo que significa que las publicaciones que generan más interacciones tienen más probabilidades de aparecer en los *feeds* de los usuarios. Dado que las *fake news* suelen estar diseñadas para provocar emociones fuertes, como la ira o el miedo, tienden a generar más interacciones que las noticias verdaderas (Lazer et al., 2018).

Aunque las plataformas de redes sociales han implementado ciertas medidas para combatir la desinformación, como la verificación de hechos y la eliminación de cuentas falsas, estas acciones han sido insuficientes. La velocidad a la que se difunden las noticias falsas y la naturaleza autorreguladora de las plataformas hacen que la desinformación sea difícil de controlar. Las plataformas deben asumir una mayor responsabilidad en la gestión de los algoritmos y en la implementación de políticas más estrictas que prioricen la veracidad del contenido sobre la interacción.

Estrategias para combatir las fake news

Dada la magnitud del problema, es crucial implementar estrategias efectivas para mitigar el impacto de las fake news en las redes sociales. Vraga y Tully (2021) sugieren que la alfabetización mediática es una de las estrategias más eficaces, ya que educa a los usuarios sobre cómo identificar y evaluar críticamente la información antes de compartirla. Los programas de alfabetización que enseñan a distinguir entre fuentes confiables y no confiables han demostrado ser efectivos en la reducción de la credibilidad de las fake news. Además, Tandoc et al. (2018) proponen mejorar los algoritmos de las plataformas para priorizar contenido de calidad y verificado, en lugar de contenido emocionalmente atractivo. La transparencia en la selección de contenido por parte de los algoritmos permitiría a los usuarios comprender mejor cómo se escoge la información que ven, ayudando así a reducir la difusión de noticias falsas.

Redes sociales, manipulación informativa y desafíos futuros

El avance de la tecnología ha permitido la evolución de las estrategias de desinformación en redes sociales. A medida que emergen nuevas herramientas como la inteligencia artificial (IA) y los deepfakes, el fenómeno de las fake news ha evolucionado hacia formas más sofisticadas y difíciles de detectar. Wardle y Derakhshan (2017) acuñaron el término "desorden informativo" para referirse a la desinformación, que incluye no solo noticias falsas, sino también información errónea y contenido malintencionado que busca

manipular a las audiencias. Esta complejidad requiere enfoques diversos y tecnológicos para identificar y abordar estas tácticas. Hameleers (2020) destaca la creciente importancia de la desinformación como herramienta política, utilizada para manipular la percepción pública y distorsionar la verdad, especialmente en momentos críticos como elecciones y crisis sanitarias.

La manipulación algorítmica también es un factor clave en la propagación de noticias falsas. McKay y Tenove (2020) señalan que la automatización del contenido a través de algoritmos que priorizan la interacción y la viralidad ha creado un entorno propicio para la difusión masiva de noticias falsas. Esto no solo amplifica el alcance de las *fake news*, sino que también refuerza las cámaras de eco y los sesgos de confirmación que afectan cómo las personas perciben y procesan la información. A medida que los algoritmos continúan evolucionando, surge la necesidad de mejorar su diseño para reducir la priorización de contenido falso y fomentar información más verificada y de calidad.

Metodología

Para este estudio, se empleó un enfoque metodológico basado en la revisión de la literatura disponible sobre el fenómeno de las *fake news* en redes sociales. La revisión se centró en estudios empíricos recientes y publicaciones académicas relevantes de las últimas dos décadas, con un enfoque multidisciplinario que abarcó investigaciones de las áreas de comunicación, psicología, sociología y ciencia política. La selección de las fuentes se realizó a partir de bases de datos académicas reconocidas, como JSTOR, ScienceDirect y Scopus, priorizando estudios que analizaran tanto la difusión de noticias falsas como sus efectos psicológicos y sociales.

Los criterios de selección de los estudios incluyeron aquellos que abordaran los principales mecanismos de propagación de las *fake news*, el papel de los algoritmos en redes sociales, y los efectos cognitivos y emocionales en los usuarios. También se consideraron investigaciones que exploraran las medidas de mitigación implementadas por las plataformas digitales, como la verificación de hechos y el etiquetado de contenido, así como las estrategias para mejorar la educación mediática. El análisis se llevó a cabo mediante una comparación sistemática de los hallazgos de estudios previos, con el fin de identificar patrones comunes y diferencias en la propagación y el impacto de las noticias falsas.

Adicionalmente, se examinaron casos emblemáticos de difusión masiva de *fake news*, como las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y el referéndum del Brexit en el Reino Unido, para contextualizar el fenómeno en escenarios de alta polarización social y política. La metodología empleada permitió obtener una visión integral del problema, considerando los factores psicológicos, sociales y tecnológicos que influyen en la propagación de desinformación en las redes sociales, así como la efectividad de las respuestas institucionales y tecnológicas para combatir este fenómeno.

Resultados

Los resultados del estudio indican que las *fake news* tienen un impacto significativo en las redes sociales a nivel individual y colectivo. A nivel individual, se observó que los usuarios son más propensos a creer en información falsa debido al efecto de verdad ilusoria y al sesgo de confirmación, los cuales se intensifican con la repetición de contenidos similares en sus redes. Además, la exposición constante a *fake news* genera desconfianza hacia los medios de comunicación tradicionales y hacia las instituciones.

A nivel colectivo, se comprobó que la difusión de noticias falsas contribuye a la polarización social. Los algoritmos de las plataformas digitales, que priorizan contenido emocional o sensacionalista, fomentan la creación de burbujas informativas y agravan la división entre grupos con ideologías opuestas. Esta situación ha llevado a una radicalización en ciertos sectores de la sociedad y al incremento de la desconfianza hacia las autoridades y el periodismo convencional.

En términos de propagación, se verificó que las noticias falsas se difunden con mayor rapidez que las noticias verdaderas, debido a su capacidad de provocar reacciones emocionales más intensas. Los mecanismos de verificación implementados por las plataformas han resultado insuficientes, lo que evidencia la necesidad de estrategias más robustas que incluyan la mejora de algoritmos y la alfabetización mediática de los usuarios.

Discusión

Combatir las *fake news* requiere una respuesta integral que incluya tanto la regulación de las plataformas como la educación de los usuarios. Una de las estrategias más eficaces es la alfabetización mediática, que busca educar a los usuarios en la identificación y evaluación crítica de la información. Estudios han demostrado que los usuarios que reciben formación en alfabetización mediática son menos propensos a creer y compartir noticias falsas (Guess et al., 2020).

Otra medida es la mejora de los algoritmos de las plataformas para priorizar contenido de calidad y verificado sobre aquel que genera interacciones. Las plataformas también deben aumentar la transparencia en la manera en que funcionan sus algoritmos, permitiendo a los usuarios comprender cómo se selecciona el contenido que consumen. Además, se necesitan políticas gubernamentales que promuevan la responsabilidad de las plataformas y fomenten la cooperación entre gobiernos, medios de comunicación y empresas tecnológicas para frenar la propagación de noticias falsas.

La globalización informática ha facilitado la interconexión mundial, permitiendo el acceso rápido y masivo a la información. Sin embargo, también ha intensificado la difusión de desinformación a través de *fake news*. En este contexto, los retos actuales asociados a las *fake news* incluyen:

- Velocidad de propagación y alcance global

Uno de los principales retos es la capacidad de las *fake news* para propagarse rápidamente en redes sociales y llegar a audiencias globales en cuestión de minutos. A través de plataformas como Twitter, Facebook e Instagram, la información, ya sea veraz o falsa, cruza fronteras sin barreras ni regulaciones locales que puedan controlarla. La viralidad de estas noticias falsas se ve impulsada por algoritmos que priorizan el contenido sensacionalista y emocional, lo que amplifica su difusión sin un filtro adecuado (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018).

- Dificultad en la regulación internacional

La naturaleza global de internet y la falta de un marco regulatorio internacional coherente hacen que sea extremadamente difícil controlar la propagación de *fake news*. Las legislaciones nacionales suelen estar limitadas por las fronteras geográficas, mientras que las *fake news* se diseminan sin considerar estas limitaciones. Además, las plataformas digitales suelen operar en múltiples países, lo que dificulta la aplicación uniforme de las políticas de control de desinformación (Lazer et al., 2018).

- Crisis de confianza en los medios y las instituciones

Las *fake news* han contribuido a erosionar la confianza en los medios de comunicación y las instituciones políticas, especialmente en democracias donde la información verificada es crucial para la toma de decisiones. La globalización informática amplifica este problema al permitir que noticias falsas de otros países o regiones afecten la percepción de las audiencias locales. La desconfianza hacia las fuentes de información tradicionales puede dar lugar a la formación de cámaras de eco, donde los usuarios solo consumen noticias que confirman sus creencias preexistentes, exacerbando la polarización social (Guess, Nyhan, & Reifler, 2020).

- Impacto en la democracia y la participación cívica

En contextos electorales, las *fake news* pueden influir directamente en los resultados al manipular la opinión pública. La globalización informática ha permitido que actores externos, incluidos gobiernos y grupos de interés, utilicen *fake news* para intervenir en procesos democráticos de otros países. Casos como la interferencia rusa en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 han demostrado cómo las *fake news* pueden ser instrumentalizadas con fines políticos para alterar la dinámica electoral y desestabilizar democracias (Allcott & Gentzkow, 2017).

- Uso de tecnologías emergentes

La inteligencia artificial (IA) y las tecnologías emergentes como el *deepfake* añaden una nueva dimensión al reto de las *fake news*. Estas tecnologías permiten crear contenido falso (imágenes, videos y audios) de manera más sofisticada, lo que dificulta aún más la identificación y corrección de la desinformación. El creciente uso de IA para generar noticias falsas plantea un desafío mayor para los mecanismos tradicionales de verificación de hechos, que no pueden seguir el ritmo de la velocidad y sofisticación de las falsificaciones (Lazer et al., 2018).

- Respuestas insuficientes de las plataformas digitales

Aunque las grandes plataformas digitales han implementado mecanismos como la verificación de hechos, la eliminación de cuentas falsas y el etiquetado de contenido engañoso, estas medidas han demostrado ser insuficientes. El reto radica en equilibrar la libertad de expresión con la responsabilidad de mitigar la difusión de desinformación. La globalización informática complica este balance, ya que diferentes países tienen normas y sensibilidades variadas en cuanto a la regulación del discurso (Pennycook & Rand, 2019).

- Educación mediática limitada

En muchas partes del mundo, la alfabetización mediática aún es insuficiente, lo que deja a grandes segmentos de la población vulnerables a la manipulación informativa. La globalización informática agrava este problema al exponer a usuarios con diferentes niveles de educación y acceso a la información a una avalancha de contenidos no verificados. La falta de habilidades críticas para discernir entre noticias verdaderas y falsas es un obstáculo importante para combatir el impacto de las *fake news* (Guess et al., 2020).

Conclusiones

El impacto de las *fake news* en las redes sociales es profundo y multifacético, afectando tanto a nivel individual como colectivo. A nivel individual, las noticias falsas pueden distorsionar la percepción de la realidad, fomentar el sesgo de confirmación y generar desconfianza en las instituciones. A nivel social, contribuyen a la polarización política y a la radicalización, poniendo en riesgo la cohesión social y la estabilidad democrática.

Si bien las plataformas de redes sociales han implementado algunas medidas para combatir las *fake news*, aún queda mucho por hacer. Es necesario un enfoque integral que incluya la alfabetización mediática, la mejora de los algoritmos de las plataformas y la implementación de políticas que fomenten la transparencia y la verificación de hechos. Solo a través de un esfuerzo coordinado entre gobiernos, plataformas y usuarios será posible mitigar el impacto de las *fake news* en las redes sociales.

Los retos actuales de las *fake news* en la era de la globalización informática son múltiples y complejos. La velocidad de propagación, la falta de regulación global, la crisis de confianza en las instituciones, y el uso de tecnologías avanzadas como la IA hacen que la desinformación sea un desafío cada vez más difícil de abordar. Para enfrentar estos retos, es crucial que haya una colaboración entre gobiernos, plataformas digitales y la sociedad civil, junto con una mejora significativa en la educación mediática.

Futuras líneas de investigación

Futuras líneas de investigación podrían centrarse en explorar el impacto de nuevas tecnologías emergentes como los *deepfakes* y su potencial para crear desinformación más sofisticada y difícil de detectar, así como la efectividad de las técnicas de inteligencia artificial para combatirlos. Además, sería relevante analizar las diferencias culturales en la percepción y propagación de *fake news*, considerando cómo distintos contextos

sociopolíticos afectan la susceptibilidad a la desinformación y la efectividad de las medidas de mitigación.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todos los autores y autoras cuyas investigaciones han sido citadas en este trabajo, ya que sus contribuciones han sido fundamentales para comprender la complejidad del fenómeno de las *fake news* y su impacto en las redes sociales. Los estudios realizados por estos expertos han proporcionado una base teórica y empírica invaluable que ha permitido analizar la propagación de la desinformación, sus efectos psicológicos y sociales, y las estrategias de mitigación.

Referencias

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Redes sociales y noticias falsas en las elecciones de 2016. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Noticias falsas y la economía de las emociones: Problemas, causas y soluciones. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news como un fenómeno bidimensional: un marco y agenda de investigación. *Anales de la Asociación Internacional de Comunicación*, 43(2), 97-116.
- Faris, R., Roberts, H., Etling, B., Bourassa, N., Zuckerman, E., & Benkler, Y. (2017). Partidismo, propaganda y desinformación: medios en línea y las elecciones presidenciales de EE. UU. De 2016. *Publicación de Investigación del Berkman Klein Center*, 2017-6.
- Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). El conocimiento no protege contra la verdad ilusoria. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993-1002. <https://doi.org/10.1037/xge0000098>
- Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposición a sitios web no confiables en las elecciones de EE. UU. De 2016. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 472-480. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0833-x>
- Hameleers, M. (2020). Mi realidad es más veraz que la tuya: Construcción de "fake" y "veracidad" por parte de políticos y ciudadanos de extrema derecha en redes sociales—evidencia de Estados Unidos y los Países Bajos. *Revista Internacional de Comunicación*, 14, 1135-1152.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F.,... & Zittrain, J. L. (2018). La ciencia de las noticias falsas. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lewandowsky, S., Stritzke, W. G. K., Freund, A. M., Oberauer, K., & Krueger, J. I. (2013). Desinformación, desinformación y conflicto violento: Desde Irak y la "guerra contra el terrorismo" hasta futuras amenazas a la paz. *Psicólogo Americano*, 68(7), 487-501.
- Marchi, R. (2012). Con Facebook, blogs y fake news, los adolescentes rechazan la "objetividad" periodística. *Revista de Investigación en Comunicación*, 36(3), 246-262.
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). La transformación digital de los medios de noticias y el auge de la desinformación y las fake news. Documento de trabajo de la economía digital de JRC 2018-02. Comisión Europea, Centro Común de Investigación.
- McKay, S., & Tenove, C. (2020). La desinformación como una amenaza a la democracia deliberativa. *Revista de Investigación Política*, 74(3), 703-717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>

- Nickerson, R. S. (1998). El sesgo de confirmación: Un fenómeno ubicuo en diversas formas. *Review of General Psychology*, 2(2), 175-220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
- Pariser, E. (2011). *El filtro burbuja: Lo que internet te está ocultando*. Penguin Press.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Combatiendo la desinformación en redes sociales utilizando juicios de calidad de las fuentes a través de crowdsourcing. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(7), 2521-2526. <https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>
- Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). La exposición previa aumenta la precisión percibida de las fake news. *Revista de Psicología Experimental: General*, 147(12), 1865-1880.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Definiendo “fake news”: Una tipología de definiciones académicas. *Periodismo Digital*, 6(2), 137-153.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). La propagación de noticias verdaderas y falsas en línea. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). Alfabetización informativa, comportamientos en redes sociales y escepticismo hacia la información en redes sociales. *Información, Comunicación y Sociedad*, 24(2), 150-166.
20. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Desorden informativo: Hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas*. Informe del Consejo de Europa DGI(2017)09.