

Medidas públicas y privadas para combatir la desinformación. Un análisis comparativo

Public and private measures to combat disinformation. A comparative analysis

RAÚL MAGALLÓN-ROSA

Profesor de la Universidad Carlos III de Madrid

raul.magallon@uc3m.es

ORCID: 0000-0002-2236-7802

JUAN PEDRO MOLINA-CAÑABATE

Profesor de la Universidad Carlos III de Madrid

juanpedro.molina@uc3m.es

ORCID: 0000-0002-3665-6656

JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ-DUARTE

Profesor de la Universidad Rey Juan Carlos

josemanuel.sanchez@urjc.es

ORCID: 0000-0002-5627-2713

RESUMEN

El objetivo de esta investigación se centra en analizar y describir las principales medidas públicas y privadas adoptadas por los actores implicados en la lucha contra la desinformación a nivel global.

Para ello se plantean cinco factores que han determinado las respuestas de los estados a este nuevo escenario de democracia digital disfuncional: la dimensión competencial y geográfica, la distinción entre estrategias, medidas

y objetivos, la definición de los actores implicados y sus funciones en las respuestas tomadas, la distinción temporal de las acciones y objetivos y las pautas de coordinación y seguimiento que necesitan las políticas destinadas a combatir la desinformación y limitar los desórdenes informativos.

El nuevo contexto presenta desafíos conceptuales que tendrán consecuencias legales afectando a la definición legislativa de desinformación, pero también a la propia noción de periódico digital y a la de censura en tiempos de sobreinformación.

PALABRAS CLAVE: desinformación; legislación; injerencias extranjeras; medidas públicas; Estados.

ABSTRACT

The aim of this research is to carry out an analysis and description of the main public and private measures taken by the different actors involved in the fight against disinformation at a global level.

From this point of view, five factors that have determined the responses of the states to this new scenario of *dysfunctional digital democracy* are proposed: the competence distribution and the geographical dimension; the distinction between strategies, measures and objectives; the definition of the actors involved and their functions in the responses taken; the temporary distinction of the actions and objectives and the coordination and follow-up guidelines of the policies aimed to tackle disinformation and limiting information disorders.

The new context presents conceptual challenges that will have legal consequences and that begin with the legislative definition of disinformation but that affect the notion of digital newspaper or the definition of censorship in times of overinformation.

KEYWORDS: disinformation; legislation; foreign interference; public measures; States.

Introducción

En los últimos años la desinformación se ha ido normalizando dentro de la esfera pública digital (Magallón-Rosa & Sánchez-Duarte, 2021). Como consecuencia de esta transformación hemos visto cómo sus modos, narrativas y formatos no sólo se han integrado en nuestros hábitos de consumo,

sino que han conseguido que sus implicaciones se hayan vuelto cada vez más invisibles para la ciudadanía¹.

Este conjunto de disfunciones está contribuyendo a poner en cuestión algunas de las reglas de juego democráticas consolidadas (Law Library Of Congress, 2019). Hasta ahora, las democracias no sólo han ido por detrás a la hora de dar una respuesta coordinada a los nuevos desórdenes informativos, sino que, cuando lo han hecho —como las instituciones públicas y privadas no acababan de calibrar la complejidad y coordinación necesaria—, han podido contribuir a generar más ruido y distorsión en la calidad del debate público (Renda, 2018; Tambini, 2017).

Este trabajo pretende realizar un análisis y descripción de las principales medidas públicas y privadas tomadas por los distintos actores implicados en la lucha contra la desinformación a nivel global.

Más de cinco años después del Brexit, del referéndum de paz en Colombia y de la victoria de Donald Trump en las elecciones estadounidenses de 2016 (Seo & Faris, 2021), el estudio sobre la desinformación se ha convertido en una problemática clave de discusión y análisis de las *democracias digitalizadas* (Klein & Wueller, 2018; Tandoc et al., 2018; Vosoughi et al., 2018).

El objetivo de esta investigación se centra en analizar la evolución de las respuestas públicas y privadas que se están tomando en torno a la desinformación y los desórdenes informativos desde una perspectiva comparada (Humprecht et al., 2020). Al respecto, podemos señalar cinco ideas iniciales:

Gráfico 1. Factores que determinan las respuestas para combatir la desinformación.



Fuente: Elaboración propia.

¹ Este trabajo se integra dentro del proyecto IBERIFIER - Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub, Ref. 2020-EU-IA-0252). Convocatoria 2020 CEF Telecom European Digital Media Observatory de la Comisión Europea.

En primer lugar, hay que distinguir las dimensiones geográfica y competencial. De esta forma se pueden identificar medidas de la UE, de países y administraciones regionales o en coordinación entre estados, niveles de gobierno, etc.

En este sentido, hay que señalar que las principales medidas se han centrado en: la creación de grupos de trabajo gubernamentales y de grupos de expertos, iniciativas legislativas, informes parlamentarios, elaboración de portales para reportar desinformación, etc (Funke & Flamini, 2022).

En segundo lugar, parece pertinente diferenciar entre las estrategias y los objetivos de las medidas puestas en acción. Desde el punto de vista del Estado y las administraciones, esta división permite categorizar la creación de leyes para mejorar el funcionamiento interno, la implementación de medidas para defenderse frente a injerencias extranjeras o cuestiones relevantes como la manera de afrontar la alfabetización mediática.

En tercer lugar, hay que identificar los actores involucrados, las respuestas que pueden ofrecer y las funciones establecidas en el proceso de lucha contra la desinformación: gobierno, parlamento, grupo de expertos, empresas tecnológicas, sociedad civil, medios de comunicación, etc.

En cuarto lugar, se encuentra la dimensión temporal. Es decir, medidas a medio plazo destinadas a momentos puntuales y sensibles como, por ejemplo, procesos electorales y a largo plazo, más vinculadas a cuestiones relacionadas con la estrategia nacional o los planes educativos.

Por último, hay que tener en cuenta que la desinformación es un fenómeno dinámico y transversal que puede afectar a cuestiones tan dispares como la seguridad nacional, los discursos de odio, la educación, la salud pública o la legislación electoral y que necesita desarrollar no sólo una tipología específica sino también mecanismos de coordinación en torno al tipo de respuestas.

Como veremos, esta dinamicidad no sólo afecta a lo complejo que resulta dar respuestas coordinadas sino también a la necesidad de una permanente revisión de las medidas adoptadas.

La redefinición estratégica y legislativa de la lucha contra la desinformación

El campo semántico, conceptual y de acción que integra el fenómeno de la desinformación no sólo es cada vez más amplio e interdependiente sino también más profundo y ramificado (Egelhofer et al., 2020; Fajardo-Trigueros & Rivas-de-Roca, 2020).

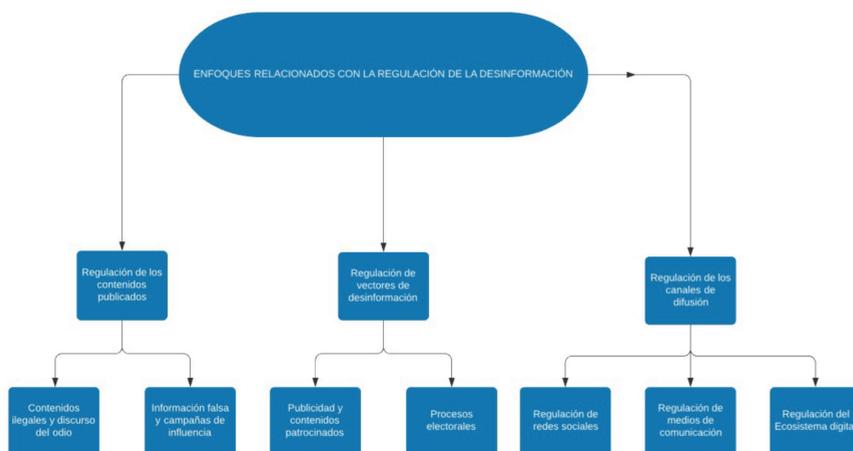
En nuestro continente, el interés actual por esta problemática se vio acelerado por el avance de las denominadas “amenazas híbridas” y el escenario ya apuntado por la UE en 2016 en el que señalaba que:

“La Unión, sus estados miembros y sus ciudadanos están sometidos a una presión sistemática cada vez mayor para hacer frente a las campañas de información, desinformación e intoxicación y a la propaganda por parte de países y agentes no estatales, como organizaciones terroristas y delictivas transnacionales en los países vecinos”².

La primera definición de éxito —más extendida y aceptada académicamente— que se convirtió en alternativa al término *fake news* —y en parte también al de desinformación— fue la de Wardle y Derakshan (2017). En su informe para el Consejo de Europa prefirieron hablar de desórdenes informativos, distinguiendo entre: desinformación (*disinformation*), información errónea (*misinformation*) e información maliciosa (*malinformation*).

Esta redefinición ha sido importante para entender las limitaciones que se afrontan cuando hablamos de combatir la desinformación desde un punto de vista regulatorio (Magallón-Rosa, 2018).

Gráfico 2. Enfoques relacionados con la desinformación.



Fuente: Elaboración propia

² Sobre la comunicación estratégica de la Unión para contrarrestar la propaganda de terceros en su contra (2016/2030(INI)) en Parlamento Europeo (2016). Véase: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_ES.html

La legislación digital presenta desafíos que se repiten: un modelo legislativo no adaptado a los cambios digitales, países con déficit democráticos significativos que pretenden influir geopolíticamente, lobbies morales e ideológicos transnacionales, intereses de actores tradicionales que no quieren perder sus cuotas de mercado y poder, además del desconocimiento de fenómenos nuevos que rápidamente se instalan en nuestra cotidianeidad (Magallón-Rosa, 2019; Nenadić, 2019).

A mediados de marzo de 2018, un grupo de alto nivel de la Comisión Europea publicó su informe final sobre desinformación (European Commission, 2018a, 2020, 2021). El documento recomendaba de forma explícita no regular contra la información errónea.

Tanto la Comisión Europea como el grupo de expertos (European Commission, 2018b, 2020) de alto nivel de la UE definen “desinformación” como “información verificablemente falsa o engañosa” que, de forma acumulativa:

- (a) “se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población” y
- (b) “puede causar un perjuicio público”, entendido como “amenazas contra los procesos democráticos políticos y de elaboración de políticas, así como contra los bienes públicos, como la protección de la salud, el medio ambiente o la seguridad de los ciudadanos de la UE”.

Entre las conclusiones del informe resulta importante destacar que la UE señalaba que

“en general, las plataformas no han sido suficientemente transparentes en cuanto a publicidad política y contenido patrocinado. Tampoco han facilitado suficiente información sobre el uso de técnicas de difusión estratégica, como la contratación de personas influyentes y/o el uso de robots para comercializar mensajes”.

Por el momento, de estas tres cuestiones —publicidad política, *influencers* y *bots*— las empresas tecnológicas sólo han abordado la primera de forma razonable.

En cualquier caso, la necesidad de establecer medidas legislativas se ha encontrado con dos problemáticas principales:

1. Garantizar la libertad de expresión.

2. Delimitar la definición y límites de la desinformación para poder dar una respuesta coordinada.

Al respecto, y desde el punto de vista de la libertad de expresión, han sido diversas las normativas que se han focalizado en los medios de comunicación y en la regulación de las redes sociales.

Paralelamente, otra de las problemáticas que se abren en este escenario es definir no sólo qué es un medio de comunicación, sino qué es un diario digital y qué características, requisitos y obligaciones debe tener para ser definido como tal.

En este sentido, si queremos que los medios de comunicación sean entendidos como elementos vertebradores de cohesión social y creación de comunidad deberán tener un papel diferente del que han asumido en la actualidad, el de altavoces —más o menos (in)voluntarios— de los partidos y representantes políticos.

En países como Bielorrusia, la legislación permite el bloqueo de las redes sociales y otros sitios web si se considera que violan la ley. En países como Burkina Faso, el parlamento adoptó una ley que busca castigar la publicación de información de “noticias falsas” que comprometa las operaciones de seguridad.

En este sentido, el debate más genérico y global ha girado entre regular los contenidos y legislar la forma en la que éstos se presentan. La disparidad de acciones legislativas permite entender también los grados de modulación que se pueden implementar. Como hemos señalado anteriormente —desde el punto de vista de la legislación— a nivel global se ha planteado el debate de regular:

- Instituciones.
- Medios de comunicación.
- Redes sociales y plataformas tecnológicas.
- Comportamientos ciudadanos.

La experiencia más reciente nos demuestra que la regulación de los distintos actores no sólo afecta a cada uno de ellos de forma dependiente. También puede determinar el desarrollo de leyes que, a priori, no tienen un enfoque directo hacia la desinformación como la definición de medio de comunicación, los límites preventivos de la censura, los límites de actuación de la publicidad y sus actores, la definición de daño real, etc.

Por otra parte, hay que subrayar que la forma en la que se presenta la información está vinculada a la regulación de vectores de desinformación y

afecta a cuestiones como el etiquetado de informaciones satíricas, una clara diferenciación de los contenidos patrocinados o un reparto transparente de la publicidad institucional. Todas ellas son mecanismos de adquisición de competencias como consumidores de información que afectan al sistema mediático actual (Magallón-Rosa, 2019).

Desde un punto de vista informativo, el carácter enriquecedor de las redes sociales ha ido evolucionando. De herramientas de conversación global, pasaron a ser entendidas como plataformas de visibilización para periodistas y, con posterioridad, a fuentes alternativas al discurso mediático dominante. Más tarde han sido simplificadas a un carácter reductor y antagonista de la realidad informativa reforzando su carácter de filtro burbuja y cámaras de eco informativas (Magallón-Rosa & Campos-Dominguez, 2021; Pariser, 2011).

Esta simplificación ha hecho que países como Egipto aprobaran que cualquier cuenta o blog con más de 5.000 seguidores en sitios como Facebook o Twitter fuera tratada como un medio de comunicación.

Este tipo de regulaciones no sólo plantea redefinir qué es un medio de comunicación —en este caso sólo se valora su alcance y capacidad de reproducción—, sino también la autonomía y, por tanto, la responsabilidad individual de las cuentas en redes sociales a la hora de difundir información de manera pública.³

En Alemania, la ley —titulada *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (NetzDG)— obliga a las plataformas en línea a eliminar publicaciones “obviamente ilegales” en un plazo de 24 horas o arriesgarse a recibir multas de hasta 50 millones de euros (Federal Ministry of Justice of Germany, 2021). Esta normativa está dirigida a las redes sociales con más de 2 millones de usuarios como Facebook, YouTube o Twitter.

La ley ha generado problemas de censura y se busca la opción de desarrollar mecanismos de revisión que permitan a los usuarios recuperar el contenido eliminado de forma incorrecta, así como presionar a las compañías de redes sociales para que establezcan organismos independientes que revisen las publicaciones cuestionables.

Otra cuestión sobre la mesa que ha abierto el debate de la desinformación es cómo penalizar a aquellas empresas que venden actividad e influencia falsa en las redes sociales y definir de qué forma eso puede ser regulado. En este sentido, de nuevo se plantea la diferencia entre lo falso/adulterado y lo erróneo. Al respecto, resulta pertinente que las legislaciones

³ Véase: <https://www.wsj.com/articles/egypt-passes-law-to-regulate-media-as-president-sisi-consolidates-power-1531769232> (Malsin & El Fekki, 2018)

delimiten de manera correcta la diferencia entre lo ilegal y lo que afecta al discurso público y a la libertad de expresión e información.

En cualquier caso, una de las paradojas del nuevo escenario es que la multiplicación de actores no ha significado un aumento del pluralismo informativo, sino de la fragmentación en los procesos de recepción.

Esta fragmentación no sólo tiene consecuencias sobre la propia noción de verdad sino, y quizá lo que es más determinante, sobre su importancia en un escenario de batallas culturales permanentes y efímeras. El nuevo contexto presenta desafíos conceptuales que tendrán consecuencias legales:

- ¿Qué debemos entender por desinformación?
- ¿Qué debemos entender por periódico (digital)?
- ¿Qué significa la censura en tiempos de sobreinformación?

Estas preguntas —pendientes de la evolución de las respuestas consensuadas— pueden marcar el desarrollo de nuestras instituciones democráticas en los próximos años.

Medidas públicas y privadas. Entre los ejes de seguridad nacional y el de adaptación a las nuevas democracias digitales

El desarrollo de medidas públicas para combatir la desinformación se ha establecido principalmente sobre dos ejes de actuación: la seguridad nacional y la adaptación resiliente de las democracias digitales a las nuevas amenazas *globales*.

Desde esta perspectiva, la cuestión de la seguridad nacional ha sido el primer marco de actuación de los actores para dar una respuesta al aumento de las injerencias externas.

Sin embargo, con el paso del tiempo, se ha podido comprobar que el problema de *segurizar* exclusivamente la cuestión de la desinformación radica en la incapacidad para encajar los matices dentro de la estrategia multicapa y de diferentes velocidades que han de seguir los gobiernos para combatir la desinformación.

Por otra parte, la adaptación de las democracias a las nuevas amenazas y vulnerabilidades ha sido diversa y, hasta ahora, poco coordinada. En este sentido, hay que señalar que las principales medidas repetidas por los distintos gobiernos se han centrado en la creación de grupos de trabajo gubernamentales y de grupos de expertos, así como la elaboración de iniciativas legislativas, informes parlamentarios y creación de portales para reportar desinformación.

Gráfico 3. Medidas para combatir la desinformación a corto plazo.



Fuente: Magallón-Rosa (2019)

Estas medidas muchas veces se han visto limitadas por cuestiones como las competencias de las diferentes instituciones, los distintos organismos involucrados, la integración de la problemática en los planes educativos o la respuesta reactiva o proactiva tomada por parte de los diferentes gobiernos.

La dimensión competencial y geográfica. La diferencia entre objetivos y medidas

La necesidad de distinguir y delimitar las dimensiones geográfica y competencial no sólo se presenta como una cuestión para medir la eficacia en la respuesta a la desinformación, los desórdenes informativos y la injerencia extranjera. También lo es de coordinación y eliminación de duplicidades entre los distintos organismos y actores implicados.

Como hemos señalado, para dar una respuesta a la desinformación lo primero es preciso identificar las medidas adoptadas desde las instituciones de la UE y los países de nuestro entorno, las medidas de coordinación entre países y las respuestas integradas de las administraciones.

Por otra parte, y desde el punto de vista del fortalecimiento interno de las instituciones nacionales y la democracia, resulta pertinente plantearse qué tipo de medidas se han tomado y cuáles han sido los procedimientos.

Muchas veces estas medidas se han tomado de forma no coordinada llevando tanto a la repetición de respuestas como a la contradicción de mensajes.

En segundo lugar, resulta imprescindible distinguir los objetivos de las medidas puestas en acción destacando:

- La creación de leyes para mejorar el funcionamiento interno de las instituciones y el fortalecimiento de la democracia.
- El desarrollo de una estrategia de defensa frente a injerencias extranjeras: actualización de los protocolos de actuación entre países, de los canales de comunicación de la diplomacia digital, etc.
- Adaptación de los distintos organismos e instituciones al escenario de vulnerabilidades y amenazas de la *democracia digital*. Creación de grupos de trabajo de ciberseguridad, procesos electorales, etc.
- Mejorar las competencias ciudadanas y la alfabetización digital para combatir la desinformación.
- Mayor transparencia y confianza en las instituciones. Desarrollo de leyes para mejorar la transparencia de actores, procesos, problemáticas, etc.

Estos objetivos están sirviendo para identificar y comparar el mapa global de la situación, comprender cómo están actuando los diferentes países y, por supuesto, poder tomar medidas que imiten decisiones implementadas en otros países.

La cooperación público-privada. Cómo regular e incentivar la autorregulación

El Código de Buenas Prácticas de la UE reconoce la importancia de los esfuerzos de las empresas tecnológicas para incluir elementos de protección contra la desinformación, mejorar el análisis de la inserción de los anuncios publicitarios para reducir los ingresos de los proveedores de desinformación o garantizar la transparencia de la publicidad política.

Se trata de un acuerdo entre distintos agentes y actores privados con el objetivo de alcanzar determinadas normas de autorregulación para luchar contra la desinformación y que recoge diversas medidas.

Sin embargo, la experiencia de los últimos años nos indica que, desde el punto de vista de la autorregulación, es necesario seguir trabajando en la incorporación de nuevos actores y plataformas al Código de Buenas Prácticas y, sobre todo, de garantizar su cumplimiento.

Hasta ahora uno de los problemas de la autorregulación es que no está coordinada cuando afecta a diferentes cuestiones: la definición de publicidad

política, los contenidos patrocinados, la transparencia de la publicidad institucional, el código deontológico sobre los *influencers*, etc.

En 2021, desde la UE se ha apostado por las siguientes medidas para reforzar el código: mayor participación con compromisos personalizados, una desmonetización más eficaz de la desinformación, garantizar la integridad de los servicios, mejorar el empoderamiento de los usuarios, aumentar la cobertura de la verificación de hechos y proporcionar un mayor acceso a los datos a los investigadores, así como la creación de un marco de seguimiento más sólido.

Esta sensación de inacción por parte de las grandes empresas tecnológicas está haciendo que de forma paralela podamos ver cómo —a nivel global— la legislación que se está aprobando o discutiendo en diferentes países recoja dos objetivos que no tienen por qué ser complementarios:

1. Obligar a las empresas de tecnología a ser más transparentes sobre sus políticas publicitarias y las medidas tomadas contra la desinformación.
2. Obligar a las plataformas sociales a retirar contenidos de manera proactiva y sin necesidad de intervención judicial.

Por el momento, la primera de las iniciativas ha sido la que mayor colaboración ha tenido por parte de las empresas tecnológicas, incorporándose a medidas legislativas en países como Canadá y abriéndose paso en el debate sobre cómo integrarlo en la mayoría de países de nuestro entorno.

Sin embargo, la experiencia nos dice que es sobre las medidas de transparencia y no sobre los contenidos donde las legislaciones tienen más margen de actuación.

Desde esta perspectiva, sería recomendable obligar a las empresas a ser más transparentes con cuestiones como la publicidad electoral e incorporar por ley la necesidad de establecer informes periódicos sobre cómo realizan la retirada de contenidos, políticas de eliminación de cuentas, etc.

Como en el caso alemán⁴, el informe —que debería ser obligatorio que fuera público— tendría que incorporar cuestiones como:

- Organización, recursos humanos, especialistas y conocimientos lingüísticos en las unidades encargadas de la tramitación de las

⁴ Federal Ministry of Justice of Germany.(2021) *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks*. https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2

denuncias, así como de la formación y acompañamiento de las personas responsables de procesar las reclamaciones o denuncias.

- Descripción de los mecanismos para presentar denuncias sobre contenidos ilícitos, discurso del odio, etc., y los criterios aplicados para decidir si eliminar o bloquear contenido ese contenido.
- Número de reclamaciones por país relacionadas con el *contenido ilegal* en el periodo del informe, desglosando si las reclamaciones fueron presentadas por organismos o por usuarios y diferenciadas por el motivo de la denuncia.
- Tiempo entre la recepción de las denuncias en la red social y la supresión o bloqueo del contenido, desglosado según las denuncias hayan sido presentadas por los órganos de denuncia o por los usuarios, según el motivo de la denuncia y los plazos.

Esta regulación de la transparencia se presenta fundamental para evitar tentaciones en torno a la regulación de la libertad de expresión e información que se inicien en las redes sociales y puedan acabar afectando al resto de actores de la esfera pública digital.

Las injerencias y amenazas externas. Entre la “marca país”, los intereses nacionales y la protección interna de las democracias

Como sabemos, la vinculación de la seguridad nacional y las injerencias extranjeras a la «marca país» es cada vez más importante. Desde esta perspectiva, cabe preguntarnos si las medidas contra la desinformación aprobadas por los gobiernos nacionales forman parte de la defensa de esos “atributos diferenciales” que se utilizan al hablar de “marca país”. Al respecto, Subirá Lobera señala (2020, p. 21):

“Los gobiernos desean poder transmitir una imagen poderosa de la nación, para ello disponen de un conjunto de atributos diferenciales como patrimonio cultural, recursos, eventos deportivos etc., y otros percibidos. La suma de todos ellos configura el ‘valor’ de un determinado país ante el mundo, dicho de otro modo, La Imagen de Marca de País”.

¿Qué es, exactamente, la “marca país”? Subirá Lobera (2020, p. 11) recuerda que el término fue acuñado en 1996 por Simón Anholt y que “se

puede considerar como un halo de la extensión de país vinculado a un entorno comercial". Pero, en la actualidad, no sólo tiene una dimensión de marketing o comercial. Según Iglesias Onofrio y Molina Rabadán (2008, p. 109):

"Se define la EMP [Estrategia Marca País] como el uso de características típicas de la vida nacional como medio de influir en la imagen y percepción del país en la sociedad civil, la opinión pública y los medios de comunicación extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial".

Y añaden:

"Se ha pasado de un modelo de producción industrial basado en la explotación de los recursos naturales a un modelo de producción donde el valor agregado de los productos está dado por el peso del conocimiento, se habla pues de la desmaterialización de la economía. Y aquí es donde comienza a jugar un papel crucial el capital intangible, social, relacional y simbólico, que pueden resumirse en el concepto de 'poder blando' o *soft power*".

Desde esta perspectiva, podemos señalar que en los últimos años el abanico de actividades en los que las injerencias extranjeras y las influencias externas de diferentes actores han podido actuar ha ampliado sus objetivos a una gama de intereses políticos estratégicamente importantes y diversos como el económico, la defensa del territorio, la seguridad nacional, la política exterior, etc.

Paralelamente, se ha confirmado que las amenazas de influencia extranjera afectan a todos los niveles de gobierno (estatal, provincial, municipal) y a los distintos actores con representación en la democracia: sociedad civil, comunidades, medios de comunicación, votantes, partidos, candidatos, funcionarios y, por supuesto, a las propias elecciones (Canadian Secret Intelligence Service, 2021).

En este sentido, cada vez son más los países que incluyen entre sus líneas de acción el fortalecimiento de los servicios de inteligencia, así como un diálogo más estrecho con empresas tecnológicas, medios de comunicación y partidos políticos.

Por ejemplo, en 2022 el Gobierno sueco lanzó la *Swedish Psychological Defence Agency* cuya misión principal es la coordinación y el desarrollo de las actividades de las agencias y otros actores dentro de la defensa psicológica de Suecia. Desde esta perspectiva,

“la defensa psicológica debe ser capaz de identificar, analizar, cumplir y prevenir la influencia indebida de la información y otra información engañosa dirigida a Suecia o los intereses suecos tanto a nivel nacional como internacional. Puede ser desinformación destinada a debilitar la resiliencia del país así como la voluntad de la población de defenderse o influir indebidamente en las percepciones, los comportamientos y la toma de decisiones de las personas”.⁵

En este sentido, “la defensa psicológica también debe fortalecer la capacidad de la población para detectar y resistir campañas de influencia y desinformación” y pretende involucrar a agencias, administraciones locales, organizaciones y a la propia ciudadanía.

Por otra parte, en este nuevo escenario geopolítico hay que distinguir la dimensión temporal. Es decir, medidas que están destinadas a momentos puntuales como los procesos electorales (medio plazo) y medidas a largo plazo vinculadas a la estrategia nacional.

Por esta razón, las amenazas también pueden identificarse con la definición de los objetivos a corto, medio o largo plazo. Según el informe del *Canadian Security Intelligence Service* (2021) destacan:

Corto plazo:

- Dar forma a narrativas en torno a intereses estratégicos (p. ej., crear artificialmente la percepción de apoyo o división, ganar favor político, etc.).
- Influir de forma encubierta en los resultados de las elecciones a favor de su candidato o partido.
- Suprimir la participación de los votantes en el proceso electoral.
- Reducir la confianza pública en el resultado de un proceso electoral.

Medio plazo:

- Promover prioridades estratégicas que se alineen con sus intereses nacionales.
- Socavar los intereses estratégicos de sus adversarios.
- Desacreditar las instituciones democráticas.
- Erosionar la confianza en la democracia.

⁵ Swedish Psychological Defence Agency (2022) --- “The agency’s main mission is the coordination and development of agencies’ and other actors’ activities within Sweden’s psychological defence. We offer support to agencies, municipalities, regions, companies and organisations and contribute to strengthening resilience within our population”. Disponible en <URL: <https://www.mpf.se/en/mission/>>

Largo plazo:

- Lograr una ventaja estratégica económica o de inteligencia militar y geopolítica.
- Preservar un régimen autoritario.
- Interrumpir el orden internacional basado en reglas vigentes.

Medidas y acciones a corto, medio y largo plazo. De los procesos electorales a la alfabetización mediática

Uno de los problemas de la explosión de un fenómeno como el de la desinformación ha sido la incapacidad de los gobiernos para poder desarrollar estrategias a medio y largo plazo. Desde esta perspectiva, la distinción entre las amenazas a corto, medio y largo plazo no sólo sirve para definir las respuestas, sino que también puede ser útil para entender un poco mejor las medidas y acciones tomadas desde un punto de vista temporal y cronológico.

Los procesos electorales, por ejemplo, son entendidos como momentos puntuales que condensan la representación simbólica de nuestros sistemas democráticos y necesitan una consideración especial desde el punto de vista de la lucha contra la desinformación.

Por el contrario, las medidas destinadas a la alfabetización mediática se encuadran dentro de un marco temporal de formación de la ciudadanía mucho más lento y difuso que vincula la idea de país a la de progreso dentro de las democracias digitales contemporáneas.

Combatir la desinformación en procesos electorales. El momento más sensible de nuestras democracias

En los últimos años, las campañas electorales permanentes, la aparición de nuevos actores políticos y la pérdida de influencia de los medios de comunicación tradicionales en la consolidación de estructuras de debate han hecho que la esfera pública de calidad quede simbólicamente reducida a un proceso electoral justo y transparente.

Las elecciones se han convertido en el foco de atención de la desinformación y las intervenciones extranjeras y la adaptación jurídica al nuevo escenario están poniendo sobre la mesa la necesidad de una vertebración y coordinación de los diferentes organismos de los estados que han de velar

porque las votaciones se celebren de manera segura —aun sabiendo que el intento de las injerencias y ataques exteriores son más que probables—.

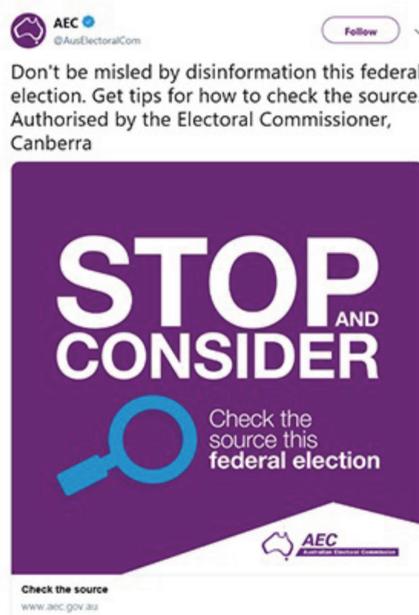
Desde esta perspectiva, las medidas tomadas han ido desde la creación de sitios web para denunciar informaciones falsas hasta campañas de alfabetización electoral, pasando por el desarrollo de legislaciones específicas que permitan la intervención judicial en determinados casos.

En Francia, la legislación otorga a las autoridades el poder de eliminar contenido falso difundido a través de las redes sociales e incluso bloquear los sitios que lo publican. La nueva legislación también obliga a una mayor transparencia financiera sobre el contenido patrocinado en los tres meses previos a los períodos electorales.

En Italia, por ejemplo, se abrió antes de las elecciones generales un portal en línea donde los ciudadanos podían denunciar información errónea a la policía.

Países como Australia lanzaron la campaña *Stop and consider* alentando a los votantes a prestar atención a sus fuentes de información coincidiendo con las elecciones federales.⁶

Imagen 1. Campaña australiana “Stop and Consider”.



Fuente: Gobierno de Australia

⁶ Véase: <https://www.aec.gov.au/media/media-releases/2019/04-15.htm> (Australian Electoral Commission, 2022)

En países como Brasil, el Tribunal Superior Electoral (TSE) lanzó su propia “página de verificación de hechos multimedia” que enumera las verificaciones o “aclaraciones” o informaciones falsas que fueron diseminadas durante las redes sociales en las elecciones de 2018.⁷

Al respecto, señalaban en su web:

“Cabe mencionar que el Tribunal Superior Electoral ha remitido todos los reportes de irregularidades que llegan a su conocimiento para su verificación por los órganos de investigación, en especial al Ministerio Público Electoral y la Policía Federal. El propósito es asegurar la verificación de posibles actos ilícitos y la rendición de cuentas de quienes difunden contenidos falsos”.

Desde esta perspectiva los procesos electorales plantean una gran diversidad de desafíos por actualizar. Cuestiones como los datos electorales o los ciberataques a instituciones y partidos necesitan crear protocolos de respuesta pero también de formación a los distintos actores implicados.

En este contexto, dotar a los organismos encargados de salvaguardar los procesos electorales con formación, medios y posibilidad de respuestas rápidas ante los crecientes escenarios de desinformación se vuelve fundamental.

Del mismo modo, resulta relevante actualizar sus funciones y límites desde un punto de vista legislativo para adaptarse al contexto digital.

Por otra parte, sería preciso reseñar que los países necesitan una nueva legislación sobre la publicidad electoral digital con una definición y límites claros y que incluya, entre otras cuestiones, la creación de un registro público sobre los anuncios publicados por los partidos, soportes, gastos, etc.

También es necesario actualizar la legislación sobre los sistemas de financiación electoral de los partidos políticos y dotar a los organismos encargados de su control de mayores recursos para hacer su labor de manera eficiente y rápida.

Estas medidas no sólo suponen una actualización legislativa, sino que necesitan de una coordinación y un seguimiento de rendición de cuentas que muchos países no parecen haber contemplado por el momento.

⁷ Véase: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/fake-news-tse-lanca-pagina-para-esclarecer-eleitores-sobre-a-verdade> (Tribunal Superior Eleitoral, 2022)

La alfabetización mediática. Una solución que no sólo es de formación educativa

En el nuevo escenario, las competencias digitales y el conocimiento social de su funcionamiento han dejado de ir de la mano. Un uso mayor de la tecnología no implica un mayor conocimiento de cómo ésta funciona.

Para resolver esta disonancia, entre las medidas a medio y largo plazo que se han planteado emerge por encima de todas la cuestión de la alfabetización mediática y digital, destacando como solución consensuada las medidas de inclusión en los currículums académicos de los estudiantes de educación primaria y secundaria.

Sin embargo, la cuestión de la alfabetización mediática tiene aristas que están por definir y que van más allá de la educación. No se trata sólo de trabajar con la gestión del exceso de información, la alfabetización mediática y digital. Se trata también de comprender el ecosistema digital y los ciclos informativos —y cómo funciona el ruido polarizante dentro de los mismos— así como las características de desinformación de cada disciplina.

De forma paralela, se han planteado como medidas más a corto y medio plazo la creación de programas de ayudas para organizaciones que trabajan para incluir la alfabetización mediática en los planes de estudios escolares.

En este contexto, algunos países están optando por la inclusión de asignaturas de alfabetización mediática y digital en la formación. El problema de esta mirada es que puede que la solución no sea incluir asignaturas —puesto que el profesorado de asignaturas como geografía o historia no está especializado en cuestiones relacionadas con la ciencia y viceversa— sino en incluir unidades temáticas dentro de aquellas materias que puedan integrar cuestiones relacionadas con la desinformación y los diferentes desórdenes informativos desde su área de especialización.

No es lo mismo afrontar la desinformación y los desórdenes informativos desde la tecnología que desde la historia, desde la economía o desde la geografía, desde el derecho o desde la filosofía y tampoco es el mismo el enfoque necesario para interpretar la importancia del lenguaje o el papel de los medios de comunicación y las redes sociales en la nueva cultura de la desinformación.

En este sentido, parece pertinente desarrollar módulos genéricos sobre desinformación a corto plazo y aprehender sus límites y posibilidades.

Según los expertos, las campañas de alfabetización mediáticas pueden ser mejorables:

“Las campañas de alfabetización mediática para luchar contra la desinformación desde las instituciones no demuestran una coherencia respecto a las directrices marcadas por la OMS, la UNESCO y la Comisión Europea. Si bien se especifican los mecanismos de detección (contraste, análisis de fuentes, medio), y se insta a la no viralización de las fake news (difusión), se deja fuera la contextualización, intencionalidad y repercusión de los bulos”. (Morejón Llamas, 2020, p. 128)

Y debe tenerse en cuenta que son estrategias que han de coordinarse en colaboración con otras:

“La responsabilidad por la lucha contra la desinformación pasa por un esfuerzo y refuerzo coordinado de instituciones, gobiernos, partidos, empresas, periodistas, educadores y ciudadanos. Entendemos que la alfabetización mediática no es una vía aislada que sea efectiva por sí misma, pero al entenderla como herramienta que funciona en coordinación con otras, reclamamos que proporcione la información necesaria al ciudadano, para que éste pueda interpretar el actual panorama de desinformación y el difícil horizonte que se plantea”. (Morejón Llamas, 2020, p. 129)

Además, cuestiones como la gamificación, la formación del profesorado o la capacitación en herramientas digitales se integran dentro del mismo debate sobre cómo afrontar la problemática. Este tipo de competencias necesitan de un proceso de escucha activa dentro de los formadores, pero también de los protagonistas del relato.

Cabe señalar que otro de los debates que emerge en torno a la alfabetización es el papel de las administraciones en su fomento y difusión. Iniciativas como la inclusión de la publicidad institucional como mecanismo para mejorar la calidad de las democracias se encuentran entre las medidas a implementar de forma más próxima.

El problema es que para incluir un nuevo fenómeno en la legislación, en ocasiones hay que reformar fenómenos disfuncionales perfectamente integrados en el sistema.

Conclusiones y perspectivas de futuro

Es evidente que la pandemia ha permitido que se normalicen los procesos y las formas de desinformación diseñadas de forma estratégica. Y no

sólo aquellas relacionadas con la política sino también las relacionadas con la inmigración o la ciencia.

Para dar respuesta a este fenómeno, resulta evidente la necesidad de crear mecanismos de alerta temprana y coordinación. Algunos países como España ya incluyen la lucha contra la desinformación en los planes de estrategia y seguridad nacional.

Sin embargo, y pese a estos primeros pasos, es evidente que los gobiernos aún deben entender que las estrategias de comunicación basadas en la transparencia combaten de forma eficaz la desinformación.

Desde esta perspectiva, el primer nivel de apertura ha pasado por la creación de grupos de expertos que intentan definir el problema, proponer las medidas necesarias y debatir las soluciones a alcanzar.

La inclusión de académicos, sector privado y organizaciones de la sociedad civil en estos grupos de expertos permite no sólo abordar el desfase de conocimiento sobre una cuestión nueva por parte de las administraciones. También permite calibrar la magnitud del problema y sus posibles soluciones. Además integra y comparte la responsabilidad en la concienciación de todos los actores implicados en resolver —o al menos proponer respuestas— un problema de excepcional envergadura.

En la actualidad, el desarrollo de mecanismos de alerta temprana de bulos ha quedado en manos de las organizaciones de *fact-checking*, las plataformas tecnológicas y, de forma secundaria, los medios de comunicación (a través del papel de *gatekeeper*).

Por esta razón, la cooperación público-privada debe combinar el trabajo a largo plazo con la capacidad de respuesta de alertas tempranas. Un ejemplo: durante un brote de ébola en el Congo, el gobierno creó una línea de WhatsApp para refutar la información errónea que circulaba sobre la enfermedad.⁸

Por primera vez, UNICEF y otras agencias unieron sus fuerzas como un solo equipo de respuesta que respondía al Ministerio de Salud de la República Democrática del Congo e incluía a docenas de científicos sociales. Para combatir la desinformación utilizaban la radio, las redes sociales y las reuniones con la comunidad y líderes religiosos.

Esta estrategia de cooperación también necesita medidas de coordinación interna.

Dentro de las medidas de respuesta proactiva también están los talleres y seminarios internos de los distintos organismos para responder a las dis-

⁸ Spinney, L. (2019). *Fighting Ebola is hard. In Congo, fake news makes it harder*. <https://www.science.org/content/article/fighting-ebola-hard-congo-fake-news-makes-it-harder>

tintas situaciones y casuísticas que genera la desinformación para los diferentes departamentos.

Tanto las medidas de coordinación interna como la cooperación público-privada se convierten en matrices de respuesta en la lucha contra la desinformación y los desórdenes informativos.

Por otra parte, y como hemos visto, uno de los problemas principales a la hora de decidir cómo combatir la desinformación —desde un punto de vista legislativo y gubernamental— es saber si hacerlo desde el punto de vista de la seguridad nacional o desde un punto de vista de calidad interna de la democracia. La experiencia de los últimos años nos dice que cuando se apuesta por el enfoque de seguridad hay más posibilidades de que al final se tenga la tentación de limitar la libertad de expresión de opositores, periodistas, sociedad civil, etc.

Desde el punto de vista de la legislación, la experiencia también nos dice que es mejor regular vectores de desinformación en áreas específicas y desarrollar iniciativas de alfabetización transversales.

Otro ámbito de actuación es el de la legislación de cuestiones sensibles como la libertad de expresión e información o la regulación de contenidos, que deberían estar sometido al escrutinio del parlamento nacional.

En este sentido, y tras la experiencia de los últimos años, parece más eficaz que cada institución realice su propio plan de riesgos y amenazas relacionadas con la desinformación. También que haya un organismo central, dependiente de cada gobierno o parlamento, que coordine las iniciativas.

Mención especial merecen las campañas de influencia e injerencia extranjera que pueden necesitar de una supervisión tanto del Ministerio de Asuntos Exteriores como de la comisión de seguridad nacional del parlamento correspondiente.

En los próximos años será relevante seguir identificando cómo la regulación acaba llamando a la puerta de las plataformas y redes sociales, sobre todo en periodos electorales.

El papel de las empresas tecnológicas en el nuevo marco normativo es quizá una de las cuestiones más complejas de abordar. El informe del *Comité Digital de Cultura, Medios y Deporte* del Reino Unido recomendaba una nueva categoría para compañías como Meta (Facebook) y Twitter: compañía de medios sociales (House of Commons, 2018).

El objetivo era reforzar las responsabilidades de las empresas de tecnología, sin vincularlas necesariamente a los conceptos jurídicos y sociales de “plataforma” o “editor”.

Este nuevo escenario, que plantea el análisis y estudio de la desinformación desde un punto de vista jurídico, tiene entre las problemáticas por resolver y analizar cómo se redefine la censura en un ecosistema digital.

También es necesario debatir sobre la inclusión de las empresas de mensajería instantánea (WhatsApp o Telegram). No es cuestión menor pues, dentro de la economía de la atención, se convierten en actores que conforman un oligopolio informativo.

En este sentido, y como conclusión, necesitamos entender cómo funciona el ruido para poder entender cómo integrar de nuevo la información de calidad en el debate público. La solución más consensuada indica que todas las políticas encaminadas a mejorar la transparencia de las instituciones públicas y privadas parecen fundamentales para combatir el escenario actual de *desinformación permanente*.

Referencias bibliográficas

- Australian Electoral Commission. (2022, February 7). *AEC encouraging voters to “stop and consider” this federal election*. Australian Electoral Commission. <https://www.aec.gov.au/media/media-releases/2019/04-15.htm>
- Canadian Secret Intelligence Service, C. (2021). *Foreign Interference Threats to Canada’s Democratic Process*. <https://www.canada.ca/content/dam/csis-scrcs/documents/publications/2021/foreign-interference-threats-to-canada%27s-democratic-process.pdf>
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L., Eberl, J.-M., Galyga, S., & Lecheler, S. (2020). From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term “Fake News” in their Reporting. *Journalism Studies*, 21(10), 1323–1343. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1745667>
- European Commission. (2018a, February 7). *Commission guidance on the application of Union data protection law in the electoral context: A contribution from the European Commission to the Leaders’ meeting in Salzburg on 19-20 September 2018* (European Commission (ed.)). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0638>
- European Commission. (2018b, February 7). *Tackling online disinformation: a European Approach* (E. Comission (ed.)). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0236>
- European Commission. (2020). *Code of Practice on Disinformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>
- European Commission. (2021). *Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation>
- Fajardo-Trigueros, C., & Rivas-de-Roca, R. (2020). La acción de la UE en España ante la “infodemia” de desinformación por el COVID-19. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13(26), 19–32. <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2153>
- Federal Ministry of Justice of Germany. (2021). *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks*. https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2

- Funke, D., & Flamini, D. (2022). A guide to anti-misinformation actions around the world. In *Poynter*. <https://www.poynter.org/fact-checking/2018/a-guide-to-anti-misinformation-actions-around-the-world/>
- House of Commons. (2018). *Disinformation and “fake news”. Interim report, fifth report of session 2017-2019. UK Parliament*. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/363/363.pdf>
- Humprecht, E., Esser, F., & Van Aelst, P. (2020). Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 493–516. <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>
- Iglesias Onofrio, M., & Molina Rabadán, D. (2008). La Estrategia Marca País en la sociedad informacional: los casos de España y Ecuador. *Historia Actual Online*, 16, 109–126. <https://www.historia-actual.org/Publicaciones/index.php/ha/article/view/256>
- Klein, D. O., & Wueller, J. R. (2018). Fake News: A legal perspective. *Australasian Policing*, 10(2). <https://doi.org/10.3316/informit.807638896756480>
- Law Library Of Congress. (2019, February 7). *Government responses to disinformation on social media platforms*. Library of Congress, Washington, D.C. 20540 USA. <https://www.loc.gov/item/2019713404/>
- Magallón-Rosa, R. (2018). Leyes ‘fake news’. In *Telos Fundación Telefónica*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/las-leyes-las-fake-news-problema-la-libertad-informacion-no-legislar/>
- Magallón-Rosa, R. (2019). La (no) regulación de la desinformación en la Unión Europea. Una perspectiva comparada. *Revista de Derecho Político*, 106, 319–346. <https://doi.org/10.5944/rdp.106.2019.26159>
- Magallón-Rosa, R., & Campos Domínguez, E. (2021). Redes sociales y polarización. Cuando el algoritmo amplifica las emociones humanas. In *Dossieres EsF. 42. Sociedad digital, reconstruyendo expectativas* (pp. 27–31). Economistas sin Fronteras. <https://ecosfron.org/portfolio/sociedad-digital-reconstruyendo-expectativas/>
- Magallón-Rosa, R., & Sánchez-Duarte, J. M. (2021). Information verification during COVID-19. Comparative analysis in Southern European Countries. *JANUS.NET e-Journal of International Relations, DT*, 143–156. <https://doi.org/10.26619/1647-7251.DT21.10>
- Malsin, J., & El Fekki, A. El. (2018, February 7). Egypt Passes Law to Regulate Media as President Sisi Consolidates Power. *Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/egypt-passes-law-to-regulate-media-as-president-sisi-consolidates-power-1531769232>
- Morejón Llamas, N. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contra las fake news / Disinformation and media literacy from the institutions: the decalogues against fake news. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 111–134. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v10i20.675>
- Nenadić, I. (2019). Unpacking the “European approach” to tackling challenges of disinformation and political manipulation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1436>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. Penguin Books.
- Parlamento Europeo. (2016). *Resolución del Parlamento Europeo, de 23 de noviembre de 2016, sobre la comunicación estratégica de la Unión para contrarrestar la propaganda de terceros en su contra*. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_ES.html

- Renda, A. (2018). *The legal framework to address “fake news”: possible policy actions at the EU level*. European Parliament. CEPS Research Report. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/619013/IPOL_IDA\(2018\)619013_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/619013/IPOL_IDA(2018)619013_EN.pdf)
- Seo, H., & Faris, R. (2021). Comparative Approaches to Mis/Disinformation. Special Section on Comparative Approaches to Mis/Disinformation. *International Journal of Communication*, 15(0), 8. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14799>
- Spinney, L. (2019, February 7). *Fighting Ebola is hard. In Congo, fake news makes it harder*. Science. <https://www.science.org/content/article/fighting-ebola-hard-congo-fake-news-makes-it-harder>
- Subirá Lobera, M. E. (2020). La imagen de marca de país. Posicionamiento o reposicionamiento de las naciones en el tablero mundial. In *Discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores*. <https://raed.academy/wp-content/uploads/2020/12/discurso-ingreso-Esther-Subira-Lobera-La-imagen-de-marca-de-pais-cmpr.pdf>
- Swedish Psychological Defence Agency. (2022, February 7). *The agency’s main mission is the coordination and development of agencies’ and other actors’ activities within Sweden’s psychological defence. We offer support to agencies, municipalities, regions, companies and organisations and contribute to strengtheni*. Myndigheten för psykologiskt försvar. <https://www.mpf.se/sidan-hittades-inte/>
- Tambini, D. (2017). *Fake News: Public Policy Responses*. Media Policy Brief 20. Media Policy Project, London School of Economics and Political Science. http://eprints.lse.ac.uk/73015/1/LSE_MPP_Policy_Brief_20_-_Fake_news_final.pdf
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News.” *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tribunal Superior Eleitoral. (2022, February 7). *Fake News: TSE lança página para esclarecer eleitores*. <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/fake-news-tse-lanca-pagina-para-esclarecer-eleitores-sobre-a-verdade>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C., & Derakshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

