

EILEEN CULLOTY
JANE SUITER
ITAYI VIRIRI
SARA CRETA



Las opiniones expresadas en las publicaciones de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) corresponden a los autores y no reflejan necesariamente las de la OIM. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, juicio alguno por parte de la OIM sobre la condición jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona citados, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

La OIM está consagrada al principio de que la migración en forma ordenada y en condiciones humanas beneficia a los migrantes y a la sociedad. En su calidad de organismo intergubernamental, la OIM trabaja con sus asociados de la comunidad internacional para: ayudar a encarar los crecientes desafíos que plantea la gestión de la migración; fomentar la comprensión de las cuestiones migratorias; alentar el desarrollo social y económico a través de la migración; y velar por el respeto de la dignidad humana y el bienestar de los migrantes.

Publicado por: Organización Internacional para las Migraciones
17 route des Morillons
C.P. 17
1211 Ginebra 19
Suiza
Tel.: +41 22 717 9111
Fax: +41 22 798 6150
Correo electrónico: hq@iom.int
Sitio web: www.iom.int

Foto de la portada: “Loharano” es un proyecto puesto en marcha por la OIM y el Ministerio de Relaciones Exteriores de Madagascar para hacer participar a la diáspora malgache en el desarrollo económico de su país. Esta imagen muestra una de las aulas en que un conjunto de voluntarios imparten clases de informática.
© OIM 2019/Natalie Oren

Cita obligatoria: Culloty, E., J. Suiter, I. Viriri y S. Creta, 2021. Desinformación sobre la migración: Un problema antiguo con dimensiones tecnológicas nuevas. En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2022* (M. McAuliffe y A. Triandafyllidou, eds.). Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Ginebra.

ISBN 978-92-9268-262-0 (PDF)

© IOM 2021



Reservados todos los derechos. La presente publicación está disponible en virtud de la [licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 IGO \(CC BY-NC-ND 3.0 IGO\)*](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode).

Si desea más información, consulte los [derechos de autor](#) y las [condiciones de utilización](#).

La presente publicación no podrá ser utilizada, publicada o redistribuida con fines comerciales o para la obtención de beneficios económicos, ni de manera que los propicie, con la excepción de los fines educativos, por ejemplo, para su inclusión en libros de texto.

Autorizaciones: Las solicitudes para la utilización comercial u otros derechos y autorizaciones deberán enviarse a publications@iom.int.

* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>

8 DESINFORMACIÓN SOBRE LA MIGRACIÓN: UN PROBLEMA ANTIGUO CON DIMENSIONES TECNOLÓGICAS NUEVAS¹

Introducción

Muchas esferas de la vida han caído presa de la desinformación, que está contribuyendo a la reaparición de enfermedades prevenibles mediante vacunación, la perturbación de la vida política y la amplificación de las divisiones sociales en el mundo entero. La desinformación podrá ser un fenómeno antiguo, pero está teniendo su auge en el entorno digital. Las tecnologías digitales han revolucionado el acceso a la información y a las oportunidades de expresión, pero también han creado un mundo en que es relativamente fácil manipular la información y coordinar campañas dañinas contra personas y grupos, como los migrantes, y contra organizaciones e incluso países.

La reglamentación se ha quedado a la zaga de estos cambios. Aproximadamente la mitad de la población mundial y casi el 70% de las personas de 15 a 24 años de edad tienen acceso a Internet². Gran parte de esta actividad en línea está dominada por unas pocas empresas tecnológicas. Facebook, la mayor plataforma de medios sociales del mundo, tiene 2.850 millones de usuarios y es propietaria de WhatsApp, con sus 1.000 millones de usuarios³. En estas y otras plataformas, la desinformación se propaga a gran velocidad y escala. Por citar un ejemplo, un vídeo de una teoría conspirativa sobre la COVID-19 fue visto más de 8 millones de veces en la semana siguiente a su publicación⁴. Mientras las plataformas intentaban bloquearlo, usuarios de todo el mundo subían nuevas versiones y lo traducían a numerosos idiomas.

Las plataformas se esfuerzan desde hace tiempo por contener la desinformación sobre la migración y frenar a los extremistas que la propagan. Pero la tecnología no es la única culpable de la desinformación en contra de los migrantes. Los actores de la extrema derecha se han movilizado en línea y de otros modos, y hay políticos y medios informativos acusados de tergiversar las realidades de la migración y desinformar al público⁵. En este contexto, la pandemia de COVID-19 vino a intensificar la desinformación sobre los migrantes, que han sufrido ataques de distinto tipo por haber supuestamente introducido el virus o causado aumentos de los casos⁶. A lo largo de la historia, las crisis sanitarias han sido siempre utilizadas para promover las agendas xenófobas⁷, pero esta pandemia coincidió con un resurgimiento de las ideologías extremistas, principalmente de la extrema derecha, en muchos países. Al mismo tiempo, la desinformación tiene efectos directos en los migrantes y los posibles migrantes, que en

1 Eileen Culloty, Profesora Asistente de la Escuela de Comunicaciones de la Universidad de la Ciudad de Dublín; Jane Suiter, Profesora de la Escuela de Comunicaciones y Directora del Instituto de Medios, Democracia y Sociedades del Futuro de la Universidad de la Ciudad de Dublín; Itayi Viriri, Oficial Regional Superior de Prensa y Comunicación en la Oficina Regional de la OIM para Asia y el Pacífico; y Sara Creta, doctoranda en la Escuela de Comunicaciones de la Universidad de la Ciudad de Dublín.

2 UIT, 2020.

3 Tankovska, 2021.

4 Morrish, 2020.

5 Ekman, 2019; McAuliffe y otros, 2019.

6 Maniatis y Zard, 2020.

7 Fidler, 2019.

buena parte carecen de información fiable para tomar sus decisiones sobre la migración⁸ y deben abrirse camino entre los rumores y las falsas afirmaciones que circulan en sus redes.

El establecimiento de medidas eficaces para combatir la desinformación en línea es claramente un objetivo urgente, pero nada fácil de cumplir. Los problemas son complejos y difíciles de desentrañar, con una investigación científica que está en sus primeros pasos y tiende a concentrarse en los países ricos y de abundantes recursos. Las contramedidas actuales pueden agruparse en tres ámbitos generales: los enfoques tecnológicos, que apuntan a automatizar la evaluación de los contenidos y comportamientos en línea; los enfoques basados en el público, que procuran mejorar los conocimientos y aumentar la resiliencia ante la manipulación; y los enfoques reglamentarios y de política, que tienen por objeto establecer una mayor transparencia y rendición de cuentas en el entorno digital⁹. Un amplio espectro de interesados, entre ellos empresas tecnológicas, responsables de la formulación de políticas, investigadores, organizaciones no gubernamentales, periodistas y empresarios, están promoviendo actividades en esos ámbitos. Dada la complejidad del problema, está claro que ningún enfoque será suficiente por sí solo.

Estas son las cuestiones que se examinan en el presente capítulo. Aunque citaremos algunos ejemplos de desinformación en contra de los migrantes, procuraremos evitar la amplificación innecesaria y poco ética del discurso de odio. El objetivo será, más bien, ofrecer una visión completa de las características estructurales del entorno informativo que posibilitan la desinformación sobre la migración, junto con un panorama de las contramedidas propuestas. La sección sobre los conceptos contiene las definiciones fundamentales para comprender la desinformación, junto con un modelo de cómo se transmite el proceso de desinformación en línea. En la sección sobre el contexto se examinan los factores que moldean la desinformación sobre la migración desde los puntos de vista de la sociedad, la política, los medios de comunicación y la tecnología, y se exponen las mejores prácticas para aumentar la resiliencia del público ante este fenómeno y los resultados más importantes de las investigaciones en curso. La sección sobre los problemas y retos se centra en las grandes lagunas en la comprensión de la desinformación, y en los obstáculos existentes para el avance de esta labor. Por último, en la conclusión se presentan algunas sugerencias e implicaciones genéricas para los responsables de la formulación de políticas y otras partes interesadas que intentan contrarrestar la desinformación en general, y la referente a la migración, en particular.

Conceptos

En esta sección se presentan las definiciones fundamentales, junto con un modelo del proceso de desinformación en línea. Nos centraremos en las definiciones necesarias para una comprensión general del tema. El léxico de términos y conceptos que describen la desinformación en línea evoluciona constantemente, a medida que surgen nuevas prácticas en respuesta a las contramedidas y las tendencias tecnológicas. Para obtener una visión general de las tácticas de manipulación y los recursos conexos, véase el sitio web *Media Manipulation Casebook*¹⁰, que se actualiza regularmente.

Aunque las definiciones varían, la desinformación entraña típicamente una intención perversa¹¹. Es **desinformación** aquella información falsa que se crea y difunde con la intención de engañar al público para obtener un beneficio financiero, político o social. En cambio, la **información errónea o incorrecta** es información falsa que se comparte

8 Crawley y Hagen-Zanker, 2019; Vammen y otros, 2021.

9 Culloty y Suiter, 2021.

10 <https://mediamanipulation.org/>.

11 Wardle y Derakhshan, 2017.

sin intención de engañar. Por ejemplo, por una errata, un periodista podría citar una cifra financiera equivocada, pero ese error no deliberado será luego reconocido y corregido. En la práctica, la desinformación y la información errónea terminan confundiendo en muchos casos, por ejemplo cuando se publica una historia falsa sobre los migrantes con fines de desinformación, y una parte del público la cree y la difunda pensando que es verdad. Estudios sobre el público realizados en Kenya y Nigeria han indicado que las personas tienen un fuerte deseo de estar al tanto de las últimas noticias, y que esto favorece la propagación de la desinformación incluso entre quienes se han propuesto verificar lo que comparten¹².

Definiciones fundamentales

<i>Desinformación:</i>	información falsa que se crea y difunde deliberadamente.
<i>Información errónea o incorrecta:</i>	información falsa que se crea o difunde por error.
<i>Vacío de información:</i>	tema destacado sobre el que no existe información fiable.
<i>Efecto de la verdad ilusoria:</i>	tendencia a creer una información falsa tras una exposición reiterada.
<i>Actores malintencionados:</i>	personas que intencionalmente crean y propagan desinformación.
<i>Campaña coordinada:</i>	red de actores malintencionados que cooperan para manipular la opinión pública.
<i>Amplificadores:</i>	personas influyentes que difunden desinformación en sus redes.
<i>Medios hiperpartidistas:</i>	medios de comunicación con un marcado posicionamiento ideológico.
<i>Contenido ficticio:</i>	información que es íntegramente falsa.
<i>Contenido manipulado:</i>	información auténtica que ha sido tergiversada.
<i>Contenido descontextualizado:</i>	información auténtica que ha sido extraída de su contexto original.
<i>Daños de la desinformación:</i>	efectos negativos de la desinformación en personas, grupos y sociedades.
<i>Discurso de odio:</i>	lenguaje peyorativo o discriminatorio utilizado para referirse a una persona o grupo sobre la base de su identidad ^a .
<i>Xenofobia:</i>	denegación de la igualdad de derechos a determinadas personas o grupos en razón de su origen geográfico real o percibido ^b .

a Naciones Unidas, 2019.

b Consejo de Derechos Humanos, 2017.

12 Chakrabarti y otros, 2018.

Los vacíos de información se producen cuando una alta demanda de información sobre un tema no puede ser atendida por falta de conocimientos fiables al respecto¹³. En los primeros meses de la COVID-19, la demanda de información acerca del virus era enorme, pero la información científica fiable era escasa. Este déficit creó un vacío en que pudieron circular rumores y desinformación. Con el tiempo, la exposición repetida a la desinformación puede generar el efecto de la verdad ilusoria, un fenómeno relacionado con la memoria que hace que una información ya conocida sea más fácil de recordar y parezca más fiable¹⁴. Por este motivo, las mejores prácticas para corregir la desinformación recomiendan evitar la repetición innecesaria de las afirmaciones falsas¹⁵.

La expresión “actores malintencionados” es un término genérico que se utiliza para referirse a quienes deliberadamente crean y propagan desinformación. Pueden ser Estados, empresas, movimientos sociales o personas, y sus motivaciones abarcan un espectro de intereses políticos, ideológicos y financieros. También varían considerablemente en función de los públicos a los que se dirigen y los niveles de coordinación con que operan. Los amplificadores son los comentaristas de los medios informativos, los políticos, las celebridades y los creadores de opinión en línea que —intencionalmente o no— ayudan a popularizar la desinformación difundiéndola a través de sus grandes redes. Por último, los medios hiperpartidistas son medios de comunicación ideologizados que con frecuencia amplifican la desinformación. Por ejemplo, en los Estados Unidos de América los medios hiperpartidistas dan regularmente credibilidad a historias falsas y, de ese modo, fomentan las agendas de desinformación sobre temas que abarcan desde la economía hasta las relaciones internacionales¹⁶. Las campañas de desinformación contra los migrantes están fuertemente asociadas con los actores políticos y los medios de información de derechas, en particular con el resurgimiento de las ideologías de extrema derecha, nacionalistas y xenófobas¹⁷.

Los contenidos *ficticios* son información completamente inventada. Comprenden las noticias falsas, como la del Papa Francisco apoyando la campaña electoral de Donald Trump en 2016¹⁸, o los vídeos “ultrairreales” generados enteramente con tecnología informática. Los contenidos *manipulados* son informaciones auténticas que han sido distorsionadas, como los videoclips editados de forma selectiva. Por ejemplo, un vídeo publicado en Internet en 2019 combinaba engañosamente citas de una charla de Bill Gates para generar la impresión de que apoyaba la esterilización y el control de la población. Ese vídeo reapareció en 2021 en diversas plataformas de los medios sociales¹⁹. Los contenidos *descontextualizados* son información auténtica extraída de su contexto original, como las fotografías de tiempos pasados que se difunden con leyendas falsas para vincularlas con acontecimientos del presente. Un análisis de casi un millón de tuits publicados durante la crisis en la frontera de los Estados Unidos de América con México reveló que las imágenes descontextualizadas eran el tipo más frecuente de desinformación²⁰. Esta desinformación visual era también la más compartida y amplificada por figuras destacadas.

Hasta ahora, gran parte del debate popular sobre la desinformación se ha centrado en los contenidos. Sin embargo, esa concentración exclusiva en el contenido puede eclipsar el fenómeno de las campañas coordinadas de desinformación, en que una red de actores malintencionados coopera para manipular la opinión pública. En su plataforma, Facebook emplea el concepto del “comportamiento no auténtico coordinado” para describir las redes de páginas y cuentas que “colaboran a fin de engañar a otros con respecto a quiénes son y qué hacen”²¹. En

13 Shane y Noel, 2020.

14 De Keersmaecker y otros, 2020; Hasher y otros, 1977.

15 Wardle, 2018.

16 Vargo y otros, 2018.

17 McAuliffe y otros, 2019.

18 Evon, 2016.

19 Reuters, 2021.

20 McAweeney, 2018.

21 Gleicher, 2018.

realidad, las campañas coordinadas abarcan múltiples plataformas, y su poder radica en el efecto acumulativo de las historias negativas sobre los migrantes y las minorías repetidas interminablemente.

Tampoco se ha prestado suficiente atención a comprender y medir los daños causados por la desinformación. El enfoque centrado en los daños requiere un examen de los efectos de las campañas de desinformación en sus destinatarios y en las personas afectadas, así como de sus repercusiones generales en la sociedad²². En el caso de la migración, los daños causados por la desinformación se relacionan con el discurso de odio y la xenofobia, que promueven la discriminación y la hostilidad hacia los migrantes, lo que a su vez contribuye a legitimar los enfoques de política contrarios a la migración²³. Al mismo tiempo, la desinformación y la falta de información fiable pueden perjudicar a los migrantes al influir negativamente en sus decisiones y en el conocimiento de sus derechos²⁴.

Campañas coordinadas de la extrema derecha

Desde 2014, se observa un aumento del 250% en los ataques de desinformación de la extrema derecha, y es de prever que esta tendencia persista, ya que la prolongada crisis económica causada por la COVID-19 alimentará probablemente la inestabilidad política^a. En Internet, hay indicios importantes de una mayor cooperación entre los actores de la extrema derecha. Un estudio de cerca de 7,5 millones de tuits publicados durante la crisis de los refugiados de 2015-2016 reveló un raudo aumento de la actividad de la extrema derecha destinada a caracterizar a los refugiados en términos xenófobos y como una amenaza para la seguridad, la economía y la cultura de Europa^b. Estudios posteriores han detectado campañas coordinadas realizadas antes de elecciones nacionales^c y en oposición al Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular de 2018^d. Los promotores de esta última campaña fueron responsables de casi la mitad de los vídeos más vistos en YouTube sobre el Pacto Mundial, y propagaron la información falsa de que los países estarían obligados a prohibir por ley toda crítica de la migración^e. Como gran parte de esta actividad gira en torno a la cuestión de la migración musulmana, la islamofobia parece ser un factor unificador de los diferentes grupos de la extrema derecha^f.

a Instituto para la Economía y la Paz, 2020.

b Siapera y otros, 2018.

c Avaaz, 2019; Davey y Ebner, 2017.

d McAuliffe, 2018.

e ISD, 2019.

f Froio y Ganesh, 2018.

Proceso de desinformación en línea: reducida a sus elementos básicos, la desinformación en línea, cuando funciona, es un proceso que comprende varias fases consecutivas y entraña la participación de diferentes actores. En esencia, consiste en la creación y difusión de desinformación por actores malintencionados que utilizan las plataformas en línea como medio de distribución y promoción, y en la respuesta de los públicos destinatarios que, con su voluntad de prestarle atención, determinan el sentido y las consecuencias de esa desinformación (véase la figura 1). Naturalmente, todo escenario real de desinformación en línea será más complejo de lo que parece indicar este

22 Pasquetto, 2020.

23 Mossou y Lane, 2018.

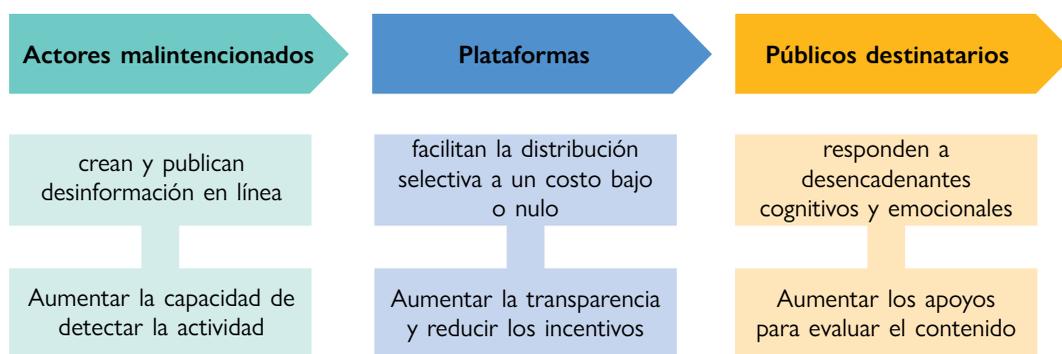
24 Carlson y otros, 2018.

sencillo modelo de transmisión. Aun así, el modelo ayuda a determinar las diversas contramedidas con que se puede intentar interferir en este proceso y desarticularlo.

Como se señaló anteriormente, los actores malintencionados pueden definirse colectivamente por su intención común de engañar o manipular a la población. Mucho de lo que se sabe sobre ellos procede del trabajo de investigadores y del periodismo de investigación, no de datos proporcionados por las plataformas tecnológicas. El objetivo de este trabajo es determinar el alcance de la desinformación y la naturaleza de las técnicas de manipulación. Por su parte, las plataformas han adoptado medidas para eliminar las cuentas falsas, y desarrolladores de tecnologías independientes han creado y puesto a disposición del público muchas herramientas para detectar los contenidos manipulados y la actividad engañosa.

Las plataformas posibilitan la desinformación al facilitar la distribución selectiva a un costo bajo o nulo. Los parámetros de interacción, los algoritmos de recomendación y el sector de la publicidad en línea también incentivan los contenidos sensacionalistas y de baja calidad. Por ello, las plataformas son el punto focal de los esfuerzos de las políticas y de la sociedad civil por reducir los incentivos para la acción malintencionada y aumentar la transparencia y la rendición de cuentas. Por ejemplo, el virtud del *Código de buenas prácticas de la Unión en materia de desinformación*²⁵, un código de autorregulación de la Unión Europea, las plataformas deben ofrecer una mayor transparencia con respecto a la publicidad en línea, aunque la evaluación realizada por la propia Unión Europea ha detectado serias deficiencias en su aplicación²⁶.

Figura 1: Proceso de desinformación en línea



Fuente: Trabajo de los propios autores.

Por último, el público destinatario es posiblemente el componente más importante del proceso. Después de todo, la desinformación solo pasa a ser un problema si encuentra un público receptivo que la apoye o comparta. Numerosos factores influyen en la receptividad del público a la desinformación, entre ellos los conocimientos previos y los prejuicios, la exposición repetida a las mismas afirmaciones falsas, y la voluntad o capacidad de examinar la información nueva con espíritu crítico. El contenido de la desinformación apela con frecuencia a los prejuicios que los públicos destinatarios ya tienen, y utiliza mensajes de gran carga emotiva para provocar su indignación²⁷. Un elemento básico de las intervenciones en este ámbito son las iniciativas de educación y empoderamiento que ayudan al público a evaluar la credibilidad de los contenidos.

25 Comisión Europea, 2018.

26 ERGA, 2020.

27 Bakir y McStay, 2018; Paschen, 2019.

Sin embargo, aun destacando el papel central de la tecnología, es importante reconocer que esta no opera con total independencia de las otras fuerzas sociales. Según los resultados de una comparación reciente de 18 países en que se examinaron los niveles nacionales de resiliencia ante la desinformación en línea²⁸, los factores que parecen predisponer a la vulnerabilidad son un entorno político caracterizado por el populismo y la polarización social, y un entorno informativo caracterizado por una escasa confianza en las noticias, medios de comunicación de servicio público deficientes, grandes mercados publicitarios y un elevado uso de los medios sociales. Por lo tanto, una respuesta integral a la desinformación deberá tener en cuenta y abordar todos estos factores.

Contextos

En esta sección se examina la influencia de factores relacionados con la sociedad y la política, los medios de comunicación y la tecnología en la desinformación sobre los migrantes y la migración, y se describen las ideas actuales sobre las mejores prácticas para aumentar la resiliencia de la sociedad ante este fenómeno.

Las campañas de desinformación contra los migrantes y las minorías tienen un largo historial en el mundo. Un ejemplo ilustrativo de ello son *Los Protocolos de los sabios de Sión*, un conjunto de textos aparecidos en Rusia en 1903 que representan un presagio de las noticias falsas, las pruebas ficticias y la amplificación por personajes influyentes de la desinformación del mundo de hoy. Este documento falso fue presentado como información filtrada sobre un complot para la dominación judía. La teoría conspirativa cobró fuerza y se propagó internacionalmente a través de la prensa, de panfletos y del apoyo de personajes conocidos, incluido el empresario industrial estadounidense Henry Ford. Este caso nos enseña dos cosas importantes: la desinformación prospera cuando amplifica prejuicios ya existentes y cuando utiliza estructuras de comunicación poderosas e influyentes²⁹. En otras palabras, cada caso particular de desinformación debe ser visto en el contexto de los patrones más generales de prejuicios, desigualdad y acceso al poder del momento histórico en cuestión.

Sociedad y política: en muchos países, actores políticos de alto nivel han normalizado la desinformación sobre la migración con ayuda de los medios informativos que simpatizan con sus ideas³⁰. Sus argumentos se centran con frecuencia en la economía, canalizando la ansiedad pública por las consecuencias económicas y el cambio social en contra de los migrantes, pese a que las tasas de desempleo y la deflación salarial son el resultado de las políticas económicas estatales y no de la migración³¹. Por ejemplo, en Sudáfrica, aunque los estudios demuestran sistemáticamente que la migración aporta un beneficio económico neto al país, los migrantes siguen siendo vistos como los culpables del elevado desempleo³². En los Estados Unidos de América, la campaña electoral de Donald Trump en 2016 generó el miedo de una invasión de multitudes de mexicanos por la frontera sur y prometió “la construcción de un muro” para proteger la integridad del Estado. Aunque la retórica de Trump se concentró principalmente en los mexicanos, los medios de comunicación hiperpartidistas amplificaron el alarmismo, incluyendo a los musulmanes³³. En el Reino Unido, la retórica a favor del Brexit utilizó ampliamente el tema de la migración desde Europa Oriental y el Medio Oriente. Confundiendo repetidamente la migración legal a la Unión Europea con las solicitudes de asilo, la campaña a favor del abandono de la Unión Europea atizó los temores de una llegada inminente de millones de turcos³⁴, y la prensa derechista amplificó esas posturas³⁵.

28 Humprecht y otros, 2020.

29 Culloty y Suiter, 2021.

30 Crandall y otros, 2018.

31 Hogan y Haltinner, 2015.

32 McKaiser, 2019.

33 Benkler y otros, 2018.

34 Ker-Lindsay, 2018.

35 Morrison, 2019.

Al mismo tiempo, los actores malintencionados promueven activamente la desconfianza en las élites y las instituciones. En muchos aspectos, la llamada “crisis de la posverdad” es una crisis de confianza. En el último año, la pandemia de COVID-19 ha contribuido a socavar aún más la confianza. El Barómetro de Confianza de 2021 de la empresa Edelman indica que una mayoría de los informantes de 27 países cree que los líderes gubernamentales (57%), los dirigentes empresariales (56%) y los periodistas (59%) están intentando deliberadamente engañar al público³⁶. Sin embargo, aunque estas cifras provocan alarma en los países occidentales, las ideas eurocéntricas sobre la confianza del público en el gobierno y los medios de comunicación tradicionales no pueden transponerse tal cual a los países con una ausencia histórica de libertad de los medios de comunicación³⁷. Por ejemplo, en África Septentrional los medios sociales han ofrecido nuevas oportunidades de libertad de expresión, como contrapunto a los medios alineados con los Estados³⁸. Al mismo tiempo, los medios sociales dan a los migrantes y a las personas en viaje la oportunidad de expresarse y la posibilidad de plantear los problemas de derechos humanos³⁹.

Medios de comunicación: los periodistas son criticados con frecuencia por su cobertura negativa de la migración. En algunos medios informativos, el uso del miedo como estrategia se traduce en un flujo perpetuo de “malas noticias” sobre delitos, disturbios públicos y actos de violencia atribuidos a migrantes⁴⁰. De esa forma, los medios informativos nutren a los actores malintencionados de historias que pueden readaptar y descontextualizar para promover sus propias agendas⁴¹. Durante la llamada crisis de los refugiados de 2015-2016, los medios de comunicación europeos desempeñaron un papel central en la representación de la llegada de los refugiados y migrantes como una crisis para Europa, prestando escasa atención a los propios migrantes y sus experiencias⁴². Esta visión predomina también en África Septentrional, donde la cobertura mediática acentúa con frecuencia la discriminación y el racismo⁴³. Las imágenes negativas y estereotipadas de los migrantes perpetúan el discurso de la migración como una “invasión” o una “carga”, agudizando los prejuicios y las actitudes hostiles. Estas opiniones han sido vinculadas al auge de los partidos políticos contrarios a los inmigrantes y a la intensificación de la retórica antiinmigración en la política⁴⁴.

Naturalmente, hay también ejemplos de medios de comunicación que sacan a la luz las injusticias en el trato de los migrantes, pero el periodismo de investigación está bajo presión. Las salas de redacción contemporáneas no cuentan con suficientes recursos, y los periodistas suelen carecer del tiempo y el dinero necesarios para una cobertura profunda y contextualizada. Muchos tampoco tienen la formación requerida para ello, y algunas salas de prensa son captadas y controladas por intereses políticos y financieros, que instauran una cultura de autocensura⁴⁵. Por consiguiente, buena parte de la cobertura mediática de la migración se realiza sin el contexto necesario ni el debido fundamento, y de forma superficial y simplista, cuando no adolece también de un sesgo político. Incluso en los países con altos niveles de libertad de los medios de comunicación, la cobertura informativa tiende a reflejar las prioridades y preocupaciones gubernamentales⁴⁶.

36 Edelman, 2021.

37 Schiffrin, 2018.

38 Deane y otros, 2020.

39 Creta, 2021.

40 Philo y otros, 2013.

41 Ekman, 2019.

42 Georgiou y Zaborowski, 2017.

43 Centro Internacional de Formulación de Políticas Migratorias, 2017; Pace y otros, 2020.

44 Allen y otros, 2017.

45 Schiffrin, 2018.

46 Allen y otros 2017.

Fomento de mejores prácticas informativas

Varias organizaciones —entre ellas la OIM, el Centro Internacional de Formulación de Políticas Migratorias y el OPEN Media Hub— crearon en 2017 el Premio al Periodismo sobre Migración^a, una iniciativa destinada a recompensar los esfuerzos de los periodistas que ofrecen reportajes de alta calidad sobre la migración en la región euromediterránea. De igual modo, en 2017 la OIM instauró el Premio Suramericano de Periodismo sobre Migración, para reconocer el trabajo de los periodistas que adoptan el enfoque de los derechos humanos en su cobertura de la migración. Este enfoque supone destacar las contribuciones positivas de los migrantes, cuestionar las percepciones negativas que los afectan, y contribuir a la prevención de la xenofobia, el racismo y la discriminación^b. La Academia Mundial de Periodismo sobre Migración, anunciada en 2020, ofrecerá una plataforma gratuita para que periodistas y estudiantes aprendan las mejores prácticas en la información sobre la migración y la lucha contra la desinformación^c. La promoción de una labor informativa imparcial, basada en datos comprobados y acorde con los requisitos estándar del periodismo ético puede, a su vez, crear un espacio para debates bien fundamentados sobre las políticas migratorias.

Los migrantes reales y potenciales necesitan también información fiable sobre los lugares de tránsito y sobre sus países de destino. Las tecnologías digitales brindan un medio de apoyar a los migrantes en su adopción de decisiones^d. InfoMigrants es una plataforma en línea desarrollada por un consorcio de medios y agencias de información europeos^e. Cofinanciada por la Unión Europea, tiene por objeto combatir los rumores y la desinformación difundiendo noticias objetivas y equilibradas sobre los países de los que partieron los migrantes, y sobre aquellos que atraviesan o en que esperan asentarse. El servicio de noticias opera en cinco idiomas: árabe, dari, francés, inglés y pashto.

a Véase más información al respecto www.migration-media-award.eu.

b OIM, 2017.

c OIM, 2021.

d McAuliffe, 2016.

e Véase más información al respecto en www.infomigrants.net/en/.

Tecnología: aunque el advenimiento de Internet pareció prometer una nueva frontera de libertad de expresión y acceso a la información, el mundo en línea está dominado por un pequeño grupo de empresas que, habiéndose expandido mucho más allá de su ámbito de interés inicial —compras en línea, búsquedas en la Web, redes sociales—, han pasado a ser enormes infraestructuras de las que dependen enteros sectores de la vida social y económica. El modelo de negocio es relativamente simple: ofreciendo a los usuarios un acceso gratuito a distintos contenidos y servicios, acumulan datos que generan un ingreso a través de la publicidad personalizada y otros servicios que requieren esos datos⁴⁷.

Debido a que estas plataformas están diseñadas para maximizar la interacción, y no el intercambio de información o el debate civil, ofrecen múltiples oportunidades para que prospere la desinformación. Los parámetros de interacción —los números de vistas, “me gusta”, elementos compartidos, fans y seguidores— incentivan los contenidos que captan la atención, incluida la desinformación⁴⁸, al tiempo que algoritmos opacos influyen en lo que las personas ven y las hacen caer a veces en “madrigueras” de discursos extremistas y teorías conspirativas⁴⁹. Hay empresas de publicidad, Google y Facebook que están implicadas en la financiación de la desinformación. Por ejemplo, Google

47 Wu, 2017.

48 Shao y otros, 2018.

49 Hussein y otros, 2020.

proporciona las tres cuartas partes de los ingresos de publicidad percibidos por sitios web de desinformación⁵⁰. En este contexto, hay quienes sostienen que las plataformas de los medios sociales han engendrado una cultura de odio digital⁵¹. Los discursos nativistas, racistas y xenófobos que antes estaban relegados a sitios web marginales —que había que buscar deliberadamente— llegan ahora a un público más amplio en las plataformas de los medios sociales populares⁵².

Pese a haber amasado una influencia sin precedentes en la vida cotidiana, las plataformas tecnológicas no han establecido —ni se les ha exigido que establezcan— estructuras apropiadas de gobernanza y rendición de cuentas. Para combatir la desinformación, esas plataformas se asocian con verificadores de datos y medios de comunicación y experimentan con las intervenciones del público. En grados variables, utilizan moderadores humanos para evaluar los contenidos. Pero la moderación del contenido por medios tecnológicos o automatizados es la base de las respuestas de las plataformas⁵³. La principal ventaja de un enfoque tecnológico es la promesa de una moderación a gran velocidad y escala, si bien con deficiencias importantes en lo que respecta a la exactitud, fiabilidad y supervisión. Además, la supervisión humana de la moderación de los contenidos se adjudica con frecuencia a contratistas externos que carecen de los recursos requeridos⁵⁴. En 2018, las Naciones Unidas acusaron a Facebook de desempeñar un “papel determinante” en la incitación a la violencia genocida contra la población rohinyá de Myanmar. Una investigación de *Reuters* reveló que los moderadores humanos de Facebook y su sistema de moderación algorítmica no entendían los idiomas de la región⁵⁵.

La desinformación como catalizador de opiniones dañinas

En un estudio reciente se investigaron los modos en que la desinformación propagada a través de Facebook aviva la hostilidad hacia los refugiados rohinyás. A partir de enero de 2020 y durante un período de nueve meses, se analizaron las publicaciones y los comentarios hechos en páginas de Facebook desde Bangladesh y Malasia. Una gran mayoría de los contenidos publicados en Bangladesh (80%) y Malasia (77%) eran ya sea positivos o neutros con respecto a los refugiados rohinyás. En cambio, la mayor parte de los comentarios generados por esos contenidos (el 58% en Bangladesh y el 70% en Malasia) eran negativos. Un tema frecuente en esos comentarios negativos era que los refugiados gozaban de un trato preferente —de parte de las organizaciones no gubernamentales, los gobiernos y la comunidad internacional— al tiempo que lastraban los recursos de los países de acogida. Estas y otras afirmaciones parecidas se intensificaron durante el período de estudio, redundando en una persecución en los medios sociales que vino a sumarse a la persecución sufrida por los rohinyás en la vida real.

Fuente: Urquhart, 2021.

Como se observó anteriormente, la crisis de la posverdad es, en algunos sentidos, una crisis de confianza. La rápida evolución de la comunicación digital no se ha acompañado de la debida elaboración de normas que orienten a las personas en sus decisiones sobre las fuentes o los contenidos en línea que son de fiar. En vista de ello, numerosos

50 Índice Global de Desinformación, 2020.

51 Ganesh, 2018.

52 Ekman, 2019; Farkas y otros, 2017.

53 Véanse Alaphilippe y otros, 2019; Bontcheva y otros, 2020.

54 Roberts, 2019.

55 Stecklow, 2018.

investigadores y empresarios han desarrollado nuevas herramientas para detectar la desinformación y orientar a los usuarios. Por ejemplo, InVid⁵⁶ es una plataforma de verificación de libre acceso que evalúa la credibilidad de los vídeos disponibles en línea, mientras que Logically⁵⁷ combina la inteligencia humana con la artificial para evaluar la credibilidad de las fuentes y noticias en línea. Más recientemente, grandes compañías tecnológicas y medios de comunicación —como Microsoft, Twitter, la BBC y Adobe— crearon la Iniciativa de Autenticidad de Contenido para establecer normas sobre la fiabilidad de los contenidos en línea⁵⁸. Aunque estas y muchas otras innovaciones parecidas están enfrascadas en una “carrera armamentista” con los actores malintencionados, que inevitablemente buscarán nuevas formas de eludir la detección, el fruto duradero puede ser la elaboración de normas y patrones para la producción y recepción de información en línea.

Creación de sociedades más resilientes ante la desinformación

Hay rasgos que aumentan la susceptibilidad a la desinformación, como la baja capacidad cognitiva, el escaso conocimiento del tema en cuestión, el razonamiento motivado y los bajos niveles de cultura mediática. Por ejemplo, algunos estudios indican que las personas mayores o con fuertes preferencias partidistas son más propensas a creer en la desinformación⁵⁹. En muchos países, la desinformación sobre la migración está asociada con bajos niveles de conocimiento por parte del público⁶⁰ y con un resurgimiento del sentimiento nacionalista, que se relaciona con la hostilidad hacia los migrantes⁶¹. Estos factores contribuyen a la desinformación sobre los inmigrantes. Sin embargo, otros estudiosos sostienen que los factores situacionales (como el hecho de detenerse a examinar la exactitud) y cognitivos (como la capacidad de evaluar la información) tienen más peso que los conocimientos previos o los sesgos partidistas⁶². Esto es importante, porque parece indicar que las contramedidas centradas en el público podrían tener un efecto considerable.

Rectificaciones de la información y advertencias previas: hay crecientes indicios de que las rectificaciones concisas y repetidas pueden reducir las ideas erróneas. Un estudio de las ideas equivocadas sobre la migración reveló que el suministro de información correcta reducía las actitudes negativas hacia los migrantes, a la vez que mejoraba el conocimiento de los hechos⁶³. Pero el contenido y el formato de las rectificaciones también son importantes. El contenido importa porque la simple afirmación de que una información es incorrecta difícilmente acabará con las ideas equivocadas, mientras que una explicación que ayude al público a actualizar sus conocimientos será más eficaz. El formato importa porque el público puede limitarse a echar una ojeada al contenido. Si la rectificación no da prioridad a la información correcta o se centra excesivamente en las afirmaciones falsas, los hechos importantes pasarán desapercibidos. Para evitar que esto ocurra, la práctica óptima recomienda iniciar la rectificación dando la información correcta, explicar luego la naturaleza de la desinformación y por qué es incorrecta, y concluir repitiendo una vez más la información correcta.

56 www.invid-project.eu/.

57 www.logically.ai/about.

58 <https://contentauthenticity.org/>.

59 Guess y otros, 2020.

60 Alesina y otros, 2018; Grigorieff y otros, 2020.

61 Hiers y otros, 2017; Feinstein y Bonikowski, 2021; McAuliffe y otros, 2019.

62 Pennycook y Rand, 2019.

63 Grigorieff y otros, 2020.

Figura 2: Pasos del desmentido



Fuente: Lewandowsky y otros, 2020.

La rectificación es una estrategia defensiva que responde a la desinformación una vez que se ha difundido. Tiene claras limitaciones, habida cuenta del volumen de la desinformación que circula y de la dificultad de llegar a todas las personas que puedan haberla recibido.

Otra posibilidad es la advertencia previa, una estrategia ofensiva que se adelanta a la desinformación y advierte al público sobre las tácticas de manipulación⁶⁴. Este enfoque se compara a veces con una vacuna. La idea central es que si las personas aprenden a reconocer las tácticas de manipulación y poseen la información correcta, serán capaces de rechazar la desinformación que se les presente. La ventaja de la advertencia previa es la escala, ya que la técnica puede integrarse en materiales de educación mediática y difundirse mediante juegos en línea y otros materiales interesantes. En 2018, unos investigadores neerlandeses crearon el juego Bad News, en colaboración con la plataforma informativa DROG⁶⁵. En este juego en línea gratuito, los jugadores usan tácticas engañosas para crear su propio imperio de noticias falsas. Una evaluación a gran escala, con 15.000 participantes, indicó que la capacidad de detectar la desinformación y rechazarla mejoraba después del juego, con independencia del nivel de educación, la edad, la ideología política y el estilo cognitivo de la persona⁶⁶. Una versión desarrollada más recientemente, Harmony Square⁶⁷, se centra en las tácticas de manipulación durante las campañas electorales.

Formas de frenar la propagación de desinformación: en los debates populares sobre la desinformación se tiende lamentablemente a presuponer que los parámetros de intercambio de desinformación son un indicador de los niveles de credulidad de la población. Sin embargo, los estudios de los públicos de África, Asia y Europa indican que las personas intercambian desinformación por diversas razones, como la libre expresión, la diversión o el deseo

64 Cook y otros, 2017; Roozenbeek y otros, 2020.

65 www.getbadnews.com.

66 Roozenbeek y otros, 2020.

67 <https://harmonysquare.game/en>.

de advertir a otros de un posible peligro⁶⁸. Esta última motivación es notable, porque la desinformación suele jugar con las emociones de las personas generando miedos ante supuestas amenazas a la seguridad de sus seres queridos y de sus comunidades. En estas circunstancias, el deseo cívico de informar a los demás y el deseo social de ser el primero en comunicar una información nueva contribuyen a la propagación de la desinformación⁶⁹. El reto consiste, pues, en encontrar formas de poner el sentido del deber cívico al servicio de prácticas positivas.

Un resultado prometedor de las investigaciones a este respecto es que el simple hecho de pedir a las personas que se detengan a pensar sobre la exactitud de los mensajes mejora mucho su capacidad de rechazar la desinformación y aminora también su deseo de compartirla⁷⁰. La mayoría de las plataformas han experimentado con una versión limitada de este enfoque, asignando etiquetas de información a los contenidos, y Twitter añade además la sugerencia de que se abran las noticias antes de retuitearlas. Más en general, muchas campañas de educación mediática respaldan el uso de mensajes que invitan a detenerse y pensar. Durante la pandemia de COVID-19, la campaña “Pausa” de las Naciones Unidas⁷¹ ha alentado a reflexionar antes de compartir información en línea. Esta campaña consiste en vídeos, gráficos y pintorescas animaciones que destacan la importancia de difundir solo contenidos fiables, exactos y de base científica en los medios sociales.

Fuentes de información fiables y accesibles: las rectificaciones de la desinformación suelen basarse en fuentes especializadas, consideradas, en general, más creíbles que los propios pares⁷². Sin embargo, la credibilidad tiene que ver con percepciones relacionadas no solo con la competencia técnica, sino también con la honradez⁷³, y en algunas situaciones la honradez puede importar más que la competencia técnica⁷⁴. Los esfuerzos por proporcionar información fidedigna sobre los riesgos de la migración deben sacar las cuentas con el hecho de que los posibles migrantes tienen una desconfianza general en las campañas de información y en las autoridades oficiales, incluidos los gobiernos y las organizaciones internacionales⁷⁵. De igual modo, suponer que los medios informativos o los gobiernos corregirán la información falsa puede resultar ineficaz, si la población desconfía de esas instituciones.

En este contexto, los pares dignos de confianza desempeñan un papel importante en el fomento de la información fiable. Para combatir la desinformación sobre la COVID-19, la iniciativa “Verified” de las Naciones Unidas aplicó el enfoque novedoso de reclutar a ciudadanos como mensajeros fidedignos de sus comunidades⁷⁶, invitándolos a hacer un trabajo de información voluntario y entregándoles día a día una cierta cantidad de información en un formato optimizado para la comunicación social. Aunque la COVID-19 catalizó el uso de campañas dirigidas por miembros de las comunidades, esta idea ya se había empleado en el contexto de la migración. Por ejemplo, la campaña “De boca en boca, la gente se equivoca”, de Costa Rica, utiliza principios participativos y miembros fiables de la comunidad para combatir los rumores sobre la regularización migratoria⁷⁷.

68 Banaji y Bhat, 2019; Chadwick y Vaccari, 2019; Chakrabarti y otros, 2018.

69 Chakrabarti y otros, 2018.

70 Pennycook y otros, 2020.

71 www.takecarebeforeyoushare.org/.

72 Vraga y Bode, 2017.

73 Swire-Thompson y Ecker, 2018.

74 Benegal y Scruggs, 2018.

75 Comisión Europea, 2018; Vammen y otros, 2021.

76 <https://shareverified.com/es/>.

77 www.somoscolmena.info/es/costa-rica.



KANERE.ORG
KAKUMA NEWS REFLECTOR

KANERE, una agencia informativa dirigida por migrantes:

En Kakuma, en la región noroccidental de Kenya, se encuentra uno de los campamentos de personas desplazadas más grandes del mundo. También se encuentra KANERE^a, la primera agencia de noticias

completamente independiente creada para un campamento de refugiados. El nombre KANERE es un acrónimo de Kakuma News Reflector. Su editor y fundador Qaabata Boru es también un refugiado, que vive ahora en Vancouver (Canadá), desde donde edita las noticias de KANERE a distancia y supervisa un equipo multinacional de 17 reporteros. Esta agencia comenzó en 2008 su misión de “crear una sociedad más abierta en los campamentos de refugiados y desarrollar una plataforma para un debate público imparcial sobre los asuntos de los refugiados.” Se ha centrado en las cuestiones importantes para este grupo de personas, como la pandemia de COVID-19, los derechos jurídicos de los refugiados y la alarmante tasa de suicidios entre las mujeres residentes. “Somos el primer contacto con la comunidad. De este modo logramos fomentar la confianza”, explica Boru. Como fuente fiable de noticias, KANERE está en la primera línea de la lucha contra la información falsa, velando por que los refugiados tengan acceso a información fidedigna. Durante la pandemia de COVID-19, KANERE controló y desmintió los mitos y rumores sobre la enfermedad que circulaban en el campamento. Esos rumores minaban la atención de salud pública y, en algunos casos, estigmatizaban a ciertos grupos. Para contrarrestar la información falsa, KANERE publicó informes en línea y, con ayuda de un altavoz, transmitió información creíble en diferentes sectores del campamento.

a <https://kanere.org/>.

Por último, la información fiable ha de ser accesible para el público destinatario. La adaptación de la información a los formatos y canales preferidos por el público eleva la probabilidad de que la comunidad reciba y comparta los mensajes. Para muchos, la información visual o gráfica es más atractiva y asequible que un texto. Suministrar información accesible exige esfuerzo, entre otras cosas porque la información exacta puede ser más complicada que los rumores. Hay estudios que indican que las rectificaciones de la información reciben más atención cuando son visuales⁷⁸.

Problemas y retos

En esta sección se describen los principales retos que dificultan la lucha contra la desinformación sobre la migración. Dado que la desinformación en línea es un fenómeno relativamente nuevo, estos retos tienen que ver sobre todo con las lagunas en los conocimientos y los problemas conexos del acceso a los datos y la distribución desigual de los recursos de las plataformas y la investigación.

Lagunas en los conocimientos: hay grandes carencias en los conocimientos sobre las consecuencias de la desinformación y la eficacia de las contramedidas a largo plazo. Con respecto a tales consecuencias, estudios de macrodatos revelan la escala o el volumen de la información falsa sobre la migración. Sin embargo, los datos

78 McAweeney, 2018.

disponibles sobre las campañas de desinformación no indican necesariamente los efectos en la sociedad o la democracia. Se necesitan más investigaciones para entender los mecanismos por los que opera la desinformación. Esto es importante para poder centrar la atención y los recursos en la desinformación que tenga más probabilidades de surtir efecto. Con respecto a las contramedidas, aunque un consenso incipiente parece indicar que las rectificaciones de la información son eficaces para reducir las creencias falsas, hay muchos elementos que todavía no se comprenden del todo. En particular, se requieren estudios longitudinales para entender si los efectos son duraderos. Según investigaciones aún en curso, las rectificaciones son menos eficaces cuando la desinformación es atribuida inicialmente a una fuente creíble, así como cuando las personas están expuestas a la desinformación varias veces antes de la rectificación, y cuando transcurre un tiempo entre la exposición inicial y la rectificación⁷⁹. Otros estudios indican que las rectificaciones pueden reducir las ideas falsas, pero no cambian mayormente las actitudes de fondo⁸⁰.

Un problema conexo se refiere a la escasa diversidad de las investigaciones. Gran parte de la financiación y los recursos se concentran en las naciones ricas, con una falta notable de estudios cuantitativos y cualitativos en otras regiones. Además, las diversas plataformas se han negado en gran medida a compartir los datos pertinentes con los investigadores independientes, lo que obstaculiza muchísimo los esfuerzos por determinar la escala y naturaleza del problema y evaluar la eficacia de las intervenciones. Asimismo, las intervenciones de las plataformas son muy selectivas y tienden a concentrarse en los países occidentales, donde son objeto de intensos exámenes por los responsables de la formulación de políticas. Por ejemplo, las grandes plataformas adoptaron medidas para combatir la desinformación durante la elección presidencial de 2020 en los Estados Unidos de América, pero no ofrecieron el mismo apoyo a las elecciones contemporáneas en Sri Lanka y Nigeria.

Regulación de las plataformas: la persistencia de grandes lagunas en los conocimientos sobre la desinformación en las plataformas tecnológicas es indicativa del fracaso de la autorregulación. En respuesta a las preocupaciones por la desinformación y las cuestiones conexas, las plataformas han adoptado iniciativas de mejora de la transparencia. Prescindiendo de que estas iniciativas han sido juzgadas insuficientes⁸¹, la transparencia sin rendición de cuentas sirve de poco. Para la rendición de cuentas se necesitan una supervisión independiente o auditorías a cargo de expertos que tengan la capacidad y la competencia para evaluar la situación desde la perspectiva de los intereses del público y de la protección de los derechos fundamentales. Una regulación más firme podría obligar también a las plataformas a cooperar con los estudiosos e investigadores autorizados para detectar las amenazas de desinformación y evaluar la eficacia de las contramedidas.

Ambigüedades de los términos: existe el riesgo de que el término “desinformación” se utilice para cualquier tipo de contenido que se considere problemático o de mal gusto. Algunos países ya han introducido nuevas leyes contra la desinformación⁸², lo que ha sido criticado por su posible efecto de menoscabo de la libertad de expresión. Hay debates en curso sobre cómo equilibrar los derechos fundamentales con la necesidad de mitigar el daño público⁸³. Las definiciones ambiguas de los términos relacionados con la desinformación son un reto en este proceso y tienen implicaciones más amplias.

En muchos casos, los límites entre una información falsa, una opinión y una interpretación de los indicios son poco claros. En contraste con las cuestiones científicas sobre las que existe un consenso establecido, como la del clima,

79 Walter y Tukachinsky, 2020.

80 Nyhan y Reifler, 2015.

81 ERGA, 2020.

82 Funke y Flamini, 2020.

83 Bontcheva y otros, 2020; Ponsetti y Bontcheva, 2020.

los problemas de carácter social y político plantean dificultades particulares, porque los hechos no son absolutos. Por ejemplo, en lo que respecta a la migración, el mundo académico está debatiendo cómo evaluar las estadísticas sobre la migración y la delincuencia⁸⁴, un tema que alimenta la cobertura mediática sensacionalista y el activismo de los grupos contrarios a los inmigrantes.

En otros casos, los tipos de contenidos producidos por los actores malintencionados son intrínsecamente ficticios. Por ejemplo, las campañas contra los migrantes presentan una “creatividad malévola” en el uso del sarcasmo, las bromas internas y los memes⁸⁵, un contenido cultural que es problemático⁸⁶, pero que en general no corresponde al ámbito de los hechos, y cuyo carácter ambiguo dificulta la determinación de la intención. Así pues, es mucho lo que queda por hacer a nivel conceptual, práctico y normativo.

Conclusión

En este capítulo examinamos los factores que influyen en la desinformación sobre la migración, y una serie de contramedidas que intentan mejorar el entorno informativo. En muchos sentidos, los esfuerzos en curso por combatir la desinformación en línea parecen fragmentados y descoordinados. Pero la desinformación, incluida la referente a la migración, es un problema polifacético. La creación de resiliencia ante este fenómeno es un proyecto a largo plazo, en que deben abordarse cuestiones sociales que se solapan, como la disminución de los niveles de confianza y el aumento de la polarización. En lo inmediato, se requiere una mayor cooperación entre todos los sectores y países para detectar y contrarrestar las campañas de desinformación. Esto se aplica, en particular, al contexto de la migración, en que los migrantes necesitan tener acceso a información fiable cuando cruzan fronteras y en que las campañas coordinadas de desinformación ya son transnacionales. Un efecto positivo de la crisis de la COVID-19 ha sido la consolidación de iniciativas de colaboración internacional como la CoronaVirusFacts Alliance⁸⁷. Puesta en marcha en enero de 2020, esta alianza aúna a más de 100 verificadores de datos de 70 países, que comparten sus recursos y sus conocimientos especializados.

A modo de recapitulación de los temas examinados en este capítulo, destacamos el siguiente conjunto no exhaustivo de sugerencias generales dirigidas a los responsables de la formulación de políticas, las plataformas tecnológicas, las organizaciones no gubernamentales, los medios de comunicación y los investigadores:

Responsables de la formulación de políticas:

- Exigir una mayor rendición de cuentas a las plataformas digitales;
- Elaborar mecanismos de supervisión basados en la regulación conjunta de las plataformas digitales;
- Proteger la libertad de los medios de comunicación y la libertad de expresión;
- Interactuar con los interesados para lograr que las respuestas sean adecuadas y acordes con las mejores prácticas basadas en datos comprobados;
- Invertir en iniciativas para seguir de cerca, evaluar y combatir la desinformación.

84 Ousey y Kubrin, 2018.

85 de Saint Laurent y otros, 2020.

86 Marwick y Lewis, 2017.

87 www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/.

Plataformas:

- Proporcionar suficiente acceso a los datos para la investigación y la supervisión;
- Desplegar intervenciones en todas las regiones expuestas al riesgo de campañas de desinformación dañinas, particularmente durante las elecciones;
- Colaborar con interlocutores autorizados para detectar las amenazas con suficiente antelación;
- Establecer e integrar normas de prácticas óptimas para el etiquetado de la información en línea.

Organizaciones no gubernamentales, periodistas y otros interlocutores de los medios de comunicación:

- Velar por que los migrantes tengan acceso a información fiable y asequible;
- Proporcionar capacitación y recursos para que los periodistas puedan informar responsablemente sobre la migración y sobre la desinformación al respecto;
- Publicar rectificaciones repetidas, en formatos accesibles, para combatir las afirmaciones falsas;
- Educar al público sobre la cultura mediática y la desinformación.

Investigadores:

- Realizar estudios sobre la eficacia de las contramedidas;
- Cooperar con los investigadores de los países de escasos recursos para reducir la brecha geográfica del conocimiento.

Referencias bibliográficas*

- Alaphilippe, A., A. Gizikis, C. Hanot y K. Bontcheva
 2019 *Automated Tackling of Disinformation*. Servicio de Estudios del Parlamento Europeo, Bruselas. Disponible en <https://op.europa.eu/sp/publication-detail/-/publication/2098c1b4-81bb-11e9-9f05-01aa75ed71a1>.
- Alesina, A., A. Miano y S. Stantcheva
 2018 *Immigration and Redistribution*. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts. Disponible en www.nber.org/papers/w24733.
- Allen, W., S. Blinder y R. McNeil
 2017 La información sobre los migrantes y la migración en los medios de comunicación. En: McAuliffe, M. y M. Ruhs (eds.), *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018*. OIM: Ginebra. Disponible en https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_sp.pdf.
- Avaaz
 2019 *Far Right Networks of Deception*. Avaaz, Londres. Disponible en https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinfo_network_report/.
- Bakir, V. y A. McStay
 2018 Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2):154-175.
- Banaji, S. y R. Bhat
 2019 *WhatsApp vigilantes: An exploration of citizen reception and circulation of WhatsApp misinformation linked to mob violence in India*. Escuela de Economía de Londres. Disponible en <http://eprints.lse.ac.uk/104316/>.
- Benegal, S.D. y L.A. Scruggs
 2018 Correcting misinformation about climate change: The impact of partisanship in an experimental setting. *Climatic Change*, 148(1-2):61-80.
- Benkler, Y., R. Faris y H. Roberts
 2018 *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press, Nueva York.
- Bontcheva, K., J. Posetti, D. Teysou, T. Meyer, S. Gregory, C. Hanot y D. Maynard
 2020 *Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression*. Unión Internacional de Telecomunicaciones, Ginebra. Disponible en <https://en.unesco.org/publications/balanceact>.
- Carlson, M., L. Jakli y K. Linos
 2018 Refugees misdirected: How information, misinformation, and rumors shape refugees' access to fundamental rights. *Virginia Journal of International Law*, 57(3):539-575.

* Todos los hipervínculos proporcionados estaban activos cuando se redactó este informe.

Centro Internacional de Formulación de Políticas Migratorias (ICMPD)

- 2017 *How does the media on both sides of the Mediterranean report on migration?* Disponible en <https://ec.europa.eu/migrant-integration/librarydoc/how-does-the-media-on-both-sides-of-the-mediterranean-report-on-migration>.

Chadwick, A. y C. Vaccari

- 2019 *News Sharing on UK Social Media: Misinformation, Disinformation, and Correction*. Informe. Universidad de Loughborough. Disponible en <https://hdl.handle.net/2134/37720>.

Chakrabarti, S., C. Rooney y M. Kweon

- 2018 Duty, identity, credibility: Fake news and ordinary citizens in Kenya and Nigeria. *BBC*, 12 de noviembre. Disponible en www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/bbc-beyond-fake-news-research.

Comisión Europea

- 2018 *Código de buenas prácticas de la Unión en materia de desinformación*. Disponible en https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/826/35._Code_of_Practice_on_Disinformation_SP.pdf.

Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas

- 2017 *Informe del Relator Especial sobre las formas contemporáneas de racismo, discriminación racial, xenofobia y formas conexas de intolerancia sobre su misión en Australia*. A/HRC/35/41/Add.2. Disponible en <https://undocs.org/es/A/HRC/35/41/Add.2>.

Cook, J., S. Lewandowsky y U.K. Ecker

- 2017 Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12(5). Disponible en <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>.

Crandall, C., J. Miller y M. White

- 2018 Changing norms following the 2016 U.S. presidential election: The Trump effect on prejudice. *Social Psychological and Personality Science*, 9(2):186-192.

Crawley, H. y J. Hagen-Zanker

- 2019 Deciding Where to go: Policies, People and Perceptions Shaping Destination Preferences, *International Migration*, 57(1), 20-35. Disponible en <https://doi.org/10.1111/imig.12537>.

Creta, S.

- 2021 I hope, one day, I will have the right to speak. *Media, War & Conflict*, enero. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1750635221989566>.

Culloty, E. y J. Suiter

- 2021 *Disinformation and Manipulation in Digital Media: Information Pathologies*. Routledge, Londres.

Davey, J. y J. Ebner

- 2017 *The Fringe Insurgency: Connectivity, Convergence and Mainstreaming of the Extreme Right*. Institute for Strategic Dialogue, Londres. Disponible en www.isdglobal.org/isd-publications/the-fringe-insurgency-connectivity-convergence-and-mainstreaming-of-the-extreme-right/.

- Deane, J, P.F. Docquir, W. Mano, T. Sabry y N. Sakr
 2020 *Achieving Viability for Public Service Media in Challenging Settings. A Holistic Approach*. Londres: University of Westminster Press. DOI: 10.16997/book41.
- De Keersmaecker, J., D. Dunning, G. Pennycook, D.G. Rand, C. Sanchez, C. Unkelbach y A. Roets
 2020 Investigating the robustness of the illusory truth effect across individual differences in cognitive ability, need for cognitive closure, and cognitive style. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(2):204-215.
- de Saint Laurent, C., V. Glaveanu y C. Chaudet
 2020 Malevolent creativity and social media: Creating anti-immigration communities on Twitter. *Creativity Research Journal*, 32(1):66-80.
- Edelman
 2021 *2021 Edelman Trust Barometer*. Disponible en www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer.
- Ekman, M.
 2019 Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6):606-618.
- Evon, D.
 2016 Fact check: Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President. *Snopes*. Disponible en www.snopes.com/fact-check/pope-francis-donald-trump-endorsement/.
- Farkas, J., J. Schou y C. Neumayer
 2017 Cloaked Facebook pages: Exploring fake Islamist propaganda in social media. *New Media & Society*, 20(5):1850-1867.
- Feinstein, Y. y B. Bonikowski
 2021 Nationalist narratives and anti-immigrant attitudes: Exceptionalism and collective victimhood in contemporary Israel. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 47(3):741-761.
- Fidler, D.P.
 2019 *Disinformation and Disease: Social Media and the Ebola Epidemic in the Democratic Republic of the Congo*. Council on Foreign Relations. Disponible en www.cfr.org/blog/disinformation-and-disease-social-media-and-ebola-epidemic-democratic-republic-congo.
- Froio, C. y B. Ganesh
 2018 The transnationalisation of far right discourse on Twitter: Issues and actors that cross borders in Western European democracies. *European Societies*, 21(4):513-539. Disponible en <https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494295>.
- Funke, D. y D. Flamini
 2020 *A Guide to Anti-Misinformation Actions Around the World*. The Poynter Institute, St. Petersburg, Florida. Disponible en www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/.
- Ganesh, B.
 2018 The ungovernability of digital hate culture. *Journal of International Affairs*, 71(2):30-49. Disponible en <https://jia.sipa.columbia.edu/ungovernability-digital-hate-culture>.

- Georgiou, M. y R. Zaborowski
2017 *Media Coverage of the "Refugee Crisis": A Cross-European Perspective*. Consejo de Europa. Disponible en <https://edoc.coe.int/en/refugees/7367-media-coverage-of-the-refugee-crisis-a-cross-european-perspective.html>.
- Gleicher, N.
2018 Coordinated inauthentic behavior explained. *Facebook*. Disponible en <https://about.fb.com/news/2018/12/inside-feed-coordinated-inauthentic-behavior/>.
- Grigorieff, A., C. Roth y D. Ubfal
2020 Does information change attitudes toward immigrants? *N-IUSSP*. Disponible en www.niussp.org/article/does-information-change-attitudes-toward-immigrants/.
- Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA)
2020 *ERGA Report on Disinformation: Assessment of the Implementation of the Code of Practice*. Disponible en <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>.
- Guess, A.M., B. Nyhan y J. Reifler
2020 Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature Human Behaviour* 4(5):472-480.
- Hasher, L., D. Goldstein y T. Toppino
1977 Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(1):107-112.
- Hiers, W., T. Soehl y A. Wimmer
2017 National trauma and the fear of foreigners: How past geopolitical threat heightens anti-immigration sentiment today. *Social Forces*, 96(1):361-388. Disponible en <https://academic.oup.com/sf/article/96/1/361/3859295>.
- Hogan, J. y K. Haltinner
2015 Floods, invaders, and parasites: Immigration threat narratives and right-wing populism in the USA, UK and Australia. *Journal of Intercultural Studies*, 36(5):520-543.
- Humprecht, E., F. Esser y P. Van Aelst
2020 Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. *The International Journal of Press/Politics*. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>.
- Hussein, E., P. Juneja y T. Mitra
2020 Measuring misinformation in video search platforms: An audit study on YouTube. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW1):1-27. Disponible en <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3392854>.
- Índice Global de Desinformación
2020 Why is ad tech paying US\$25 million to COVID-19 disinfo sites? 8 de julio. Disponible en <https://disinformationindex.org/2020/07/why-is-ad-tech-paying-us25-million-to-covid-19-disinfo-sites/>.

Institute for Strategic Dialogue (ISD)

- 2019 ISD research featured in POLITICO about the trolling of the UN migration pact. Londres. Disponible en www.isdglobal.org/isd-research-featured-in-politico-surrounding-the-trolling-of-the-un-migration-pact/.

Instituto para la Economía y la Paz

- 2020 *Global Terrorism Index 2020: Measuring the Impact of Terrorism*. Sydney. Disponible en www.visionofhumanity.org/resources/.

Ker-Lindsay, J.

- 2018 Turkey's EU accession as a factor in the 2016 Brexit referendum. *Turkish Studies*, 19(1):1-22.

Lewandowsky, S., J. Cook y D. Lombardi

- 2020 *Manual para desmentir la información falsa 2020*. Centre for Climate Change Communication, Universidad George Mason, Virginia. Disponible en <https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2021/05/DebunkingHandbook2020-Spanish.pdf>.

Maniatis, G.A. y M. Zard

- 2020 The COVID-19 blame game threatens us all. *Project Syndicate*, 6 de marzo. Disponible en www.project-syndicate.org/commentary/coronavirus-nationalist-blame-game-by-gregory-a-maniatis-and-monette-zard-2020-03?barrier=accesspaylog.

Marwick, A. y R. Lewis

- 2017 Media manipulation and disinformation online. *Data & Society*, 15 de mayo. Disponible en <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/>.

McAuliffe, M.

- 2016 The application of migration. *Policy Forum*, Asia and the Pacific Policy Society, 20 de enero. Disponible en www.policyforum.net/the-application-of-migration/.
- 2018 The link between migration and technology is not what you think, *Agenda*, 14 de diciembre. Foro Económico Mundial: Ginebra. Disponible en www.weforum.org/agenda/2018/12/social-media-is-casting-a-dark-shadow-over-migration/.

McAuliffe, M., A. Kitimbo y B. Khadria

- 2019 Reflexiones sobre las contribuciones de los migrantes en una era de creciente disrupción y desinformación. En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2020* (M. McAuliffe y B. Khadria, eds.). OIM, Ginebra. Disponible en: <https://publications.iom.int/es/books/informe-sobre-las-migraciones-en-el-mundo-2020-capitulo-5>.

McAweeney, E.

- 2018 Online manipulation of visual content for anti-immigrant propaganda. Witness Media Lab. Disponible en <https://lab.witness.org/projects/online-manipulation-of-visual-content-for-anti-immigrant-propaganda/>.

McKaiser, E.

- 2019 South Africans are used to being the targets of racist hatred. Now they've become the haters. *Foreign Policy*, 19 de septiembre. Disponible en <https://foreignpolicy.com/2019/09/19/south-africans-are-used-to-being-the-targets-of-racist-hatred-now-theyve-become-the-haters-xenophobia-afrophobia/>.

- Morrish, L.
2020 Lessons on covering coronavirus misinformation from the fallout of 'Plandemic'. *First Draft News*, 21 de mayo. Disponible en <https://firstdraftnews.org/latest/lessons-on-covering-coronavirus-misinformation-from-the-fallout-of-plandemic/>.
- Morrison, J.
2019 Re-framing free movement in the countdown to Brexit? Shifting UK press portrayals of EU migrants in the wake of the referendum. *The British Journal of Politics and International Relations*, 21(3):594-611.
- Mossou, S. y A. Lane
2018 *Anti-Migrant Hate Speech*. Quaker Council for European Affairs, 28 de junio. Disponible en www.qcea.org/2018/06/anti-migrant-hate-speech-report-published/.
- Naciones Unidas
2019 *Strategy and Plan of Action on Hate Speech*. Oficina sobre la Prevención del Genocidio y la Responsabilidad de Proteger. Disponible en www.un.org/en/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml.
- Nyhan, B. y J. Reifler
2015 Does correcting myths about the flu vaccine work? An experimental evaluation of the effects of corrective information. *Vaccine*, 33(3):459-464.
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM)
2017 El Organismo de las Naciones Unidas para la Migración lanza Premio Suramericano de Periodismo sobre Migración (comunicado de prensa), 24 de octubre. Disponible en <https://www.iom.int/es/news/el-organismo-de-las-naciones-unidas-para-la-migracion-lanza-premio-suramericano-de-periodismo-sobre-migracion>.
2021 Global Migration Media Academy Seals Partnership with NUI Galway to Address Anti-Migrant Rhetoric (comunicado de prensa), 26 de abril. Disponible en www.iom.int/news/global-migration-media-academy-seals-partnership-nui-galway-address-anti-migrant-rhetoric.
- Ousey, G.C. y C.E. Kubrin
2018 Immigration and crime: Assessing a contentious issue. *Annual Review of Criminology*, 1(1):63-84.
- Pace, P., S. Zayed y E. Borgnäs
2020 Balancing migration narratives through programming and media reporting in North Africa. En: *Migration in West and North Africa and Across the Mediterranean: Trends, Risks, Development and Governance*. OIM, Ginebra. Disponible en <https://publications.iom.int/system/files/pdf/ch36-balancing-migration-narratives-through-programming.pdf>.
- Paschen, J.
2019 Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. *Journal of Product & Brand Management*, 29(2):223-233.
- Pasquetto, I.
2020 All disinformation is local: A reflection on the need and possibility of measuring impact. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(6). Disponible en <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/do-we-really-need-to-measure-the-impact-of-online-disinformation/>.

- Pennycook, G. y D.G. Rand
2019 Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188:39-50.
- Pennycook, G., J. McPhetres, Y. Zhang, J.G. Lu y D.G. Rand
2020 Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. Disponible en <https://psyarxiv.com/uhbk9/>.
- Philo, G., E. Briant y P. Donald
2013 *Bad News for Refugees*. Pluto Press, Londres.
- Posetti, J. y K. Bontcheva
2020 *Disinfodemic: Dissecting Responses to COVID-19 Disinformation*. Policy brief #2, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic/brief2>.
- Reuters
2021 Fact check: No evidence Bill Gates said 'at least 3 billion people need to die'. Disponible en www.reuters.com/article/uk-factcheck-bill-gates-fake-3-billion-q-idUSKBN29Y20D.
- Roberts, S.T.
2019 *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. Yale University Press, New Haven.
- Roozenbeek, J., S. van der Linden y T. Nygren
2020 Prebunking interventions based on the psychological theory of "inoculation" can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 3 de febrero. Disponible en <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/global-vaccination-badnews/>.
- Schiffrin, A.
2018 *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy*. Center for International Media Assistance, National Endowment for Democracy, Washington, D.C. Disponible en <https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/article/1174/cima-media-capture-book-f.pdf>.
- Shane, T. y P. Noel
2020 Data deficits: Why we need to monitor the demand and supply of information in real time. *First Draft News*, 28 de septiembre. Disponible en <https://firstdraftnews.org/long-form-article/data-deficits/>.
- Shao, C., G.L. Ciampaglia, O. Varol, K-C. Yang, A. Flammini y F. Menczer
2018 The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9(1):4787.
- Siapera, E., M. Boudourides, S. Lenis y J. Suiter
2018 Refugees and network publics on Twitter: Networked framing, affect, and capture. *Social Media + Society*, 4(1). Disponible en <https://doi.org/10.1177/2056305118764437>.
- Stecklow, S.
2018 Why Facebook is losing the war on hate speech in Myanmar. *Reuters*, 15 de agosto. Disponible en www.reuters.com/investigates/special-report/myanmar-facebook-hate/.

- Swire-Thompson, B. y U.K. Ecker
2018 Misinformation and its correction: Cognitive mechanisms and recommendations for mass communication. En: *Misinformation and Mass Audiences* (B.G. Southwell, E.A. Thorson y L. Sheble, eds.). University of Texas Press, Austin, págs. 195 a 211.
- Tankovska, H.
2021 How many users does Facebook have? Statista Research Department, 21 de mayo. Disponible en www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)
2020 *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2020*. Ginebra. Disponible en www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx.
- Urquhart, M.
2021 *Migrants and Misinformation: Key Themes in Nigeria, Bangladesh and Malaysia*. OIM, Ginebra. Disponible en <https://publications.iom.int/system/files/pdf/Migrants-and-Misinformation-Key-Themes.pdf>.
- Vammen, I.M.S., S. Plambech, A. Chemlali y N. Nyberg Sørensen
2021 *Does Information Save Migrants' Lives? Knowledge and Needs of West African Migrants En Route to Europe*. Instituto Danés de Estudios Internacionales. Disponible en https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/405403628/Does_information_save_migrants_lives_DIIS_Report_2021_01.pdf.
- Vargo, C.J., L. Guo y M.A. Amazeen
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.
- Vraga, E.K. y L. Bode
2017 Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, 39(5):621-645.
- Walter, N. y R. Tukachinsky
2020 A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it? *Communication Research*, 47(2):155-177.
- Wardle, C.
2018 5 lessons for reporting in an age of disinformation. *First Draft News*, 27 de diciembre. Disponible en <https://firstdraftnews.org/latest/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation/>.
- Wardle, C. y H. Derakhshan
2017 *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Consejo de Europa, Estrasburgo. Disponible en <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.
- Wu, T.
2017 Blind spot: The attention economy and the law. *Antitrust Law Journal*, 82:771-806. Disponible en https://scholarship.law.columbia.edu/faculty_scholarship/2029/.