

## Posverdad y *fake news* en revistas científicas de comunicación de Iberoamérica

*Post-truth and fake news in scientific communication in Ibero-American journals*

*Pós-verdade e fake news nos revistas de comunicação científica Ibero-Americanas*

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8442>

DINEYIS ARIAS<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-1736-4797>

RAFAEL EDUARDO GONZÁLEZ PARDO<sup>2</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-5781-0456>

OMAR CORTÉS PEÑA<sup>3</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-9603-885X>

El artículo presenta un análisis de contenido con enfoque bibliométrico de la posverdad y las noticias falsas para determinar su presencia temática en las revistas científicas de comunicación de Iberoamérica. Se analizan los aportes teóricos, metodológicos y conceptuales de la posverdad y las noticias falsas con una muestra de  $N = 46$  artículos publicados en 17 revistas, especializadas en comunicación (WoS, ESCI y Scopus) entre 2000 y 2019. El país con mayor publicación sobre posverdad y noticias falsas es España, el enfoque de investigación predominante es cuantitativo, estableciendo asociaciones semánticas con el ecosistema mediático, tecnológico e informacional y la desinformación.

**PALABRAS CLAVE:** Posverdad, comunicación, Iberoamérica, noticias falsas, revistas científicas.

*The article presents a content analysis with a bibliometric approach of post-truth and fake news to determine their thematic presence in scientific communication journals in Ibero-America. The theoretical, methodological and conceptual contributions of post-truth and fake news are analyzed with a sample of  $N = 46$  articles published in 17 journals specialized in communication (WoS, ESCI and Scopus) between 2000 and 2019. The country with the highest publication on post-truth and fake news is Spain, the prevailing research approach is quantitative, establishing semantic associations with the media, technological and informational ecosystem and disinformation.*

**KEYWORDS:** Post-truth, communication, Iberoamerica, fake news, scientific journals.

*O artigo apresenta uma análise de conteúdo com abordagem bibliométrica de pós-verdade e notícias falsas para determinar sua presença temática em revistas de comunicação científica na América Latina. As contribuições teóricas, metodológicas e conceituais da pós-verdade e das notícias falsas são analisadas com uma amostra de  $N = 46$  artigos publicados em 17 periódicos especializados em comunicação (WoS, ESCI e Scopus) entre 2000 e 2019. O país com maior publicação sobre pós-verdade e notícias falsas é Espanha, a abordagem de pesquisa predominante é quantitativa, estabelecendo associações semânticas com a mídia, o ecossistema tecnológico e informacional e a desinformação.*

**PALAVRAS-CHAVE:** Pós-verdade, comunicação, Iberoamérica, fake news, revistas científicas.

### Cómo citar:

Arias, D., González Pardo, R. E., Cortés Peña, O. (2023). Posverdad y *fake news* en revistas científicas de comunicación de Iberoamérica. *Comunicación y Sociedad*, e8442. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8442>

<sup>1</sup> Universidad Sergio Arboleda Seccional Santa Marta, Colombia.

[dineyis.arias@usa.edu.co](mailto:dineyis.arias@usa.edu.co)

<sup>2</sup> Universidad del Tolima, Colombia.

[rgonzal@ut.edu.co](mailto:rgonzal@ut.edu.co)

<sup>3</sup> Universidad Sergio Arboleda seccional Santa Marta, Colombia.

[omar.cortes@usa.edu.co](mailto:omar.cortes@usa.edu.co)

Fecha de recepción: 20/05/2022. Aceptación: 10/10/2022. Publicación: 12/07/2023.

## INTRODUCCIÓN

A partir de la declaración de palabras del año, en 2016 y 2017, de los términos “posverdad” y “fake news” (Oxford English Dictionary y Collins Dictionary, respectivamente), el uso político y cotidiano atribuido a estas palabras supuso para algunos investigadores la oportunidad de confrontar si su progresiva popularidad podría traducirse en un aumento de la investigación científica sobre ambos tópicos (Parra-Valero & Oliveira, 2018)

Desde dicho enfoque, la investigación de Parra-Valero y Oliveira (2018) realiza la revisión sistemática de un conjunto de artículos científicos recuperados de la base de datos Scopus ( $n = 91$ ) y disponibles a texto completo, donde se reporta un incremento en la visibilidad de las investigaciones sobre posverdad y fake news, evidenciando el crecimiento exponencial en la producción de publicaciones relacionadas con ambos términos a partir del año 2016. El abordaje del tema es realizado en diversas disciplinas científicas del saber, con más incidencia en los estudios de la comunicación. En especial, en esta área abordan los conceptos para proponer alternativas de solución y mitigación al problema de las fake news. Otras investigaciones sugieren el carácter problemático y negativo por lo que parecen simbolizar en el escenario de la deliberación pública y la participación ciudadana. De estudios como el de Capilla (2019), se desprende la idea de que “la posverdad intenta abarcar buena parte de los cambios obrados por la comunicación política digitalizada, y especialmente por el uso de las redes sociales (digitales) como instrumento de comunicación política” (p. 9).

Este tipo de aproximaciones conceptuales plantean a la posverdad como el proceso que engloba o contiene en sí mismo a otros problemas, fenómenos y procesos, concediéndole al término un sentido de naturaleza epistemológica genérica, el cual debe su existencia como “nueva denominación” a una realidad sociocultural que en la actualidad no se concibe a sí misma sin la visión instrumental de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) (Caridad-Sebastián et al., 2018).

Tal como lo explica Clavero (2018), en referencia a la reflexión de Waisbord (2018), “se trata de un fenómeno sintomático de las preocupaciones sobre el estado y estatuto de la verdad en las sociedades con-

temporáneas, en el contexto de nuevas formas de propaganda y engaño que se ven facilitadas por la revolución digital” (p. 169).

De hecho, McIntyre (2018) define a la posverdad como una especie de supremacía ideológica “a través de la cual sus practicantes intentan obligar a alguien a creer en algo, tanto si hay evidencia a favor de esa creencia como si no” (p. 42). Mediante esta postura, la posverdad se interpreta como una distorsión deliberada de la realidad. Sin embargo, es una distorsión con múltiples vehículos expresivos e instrumentos concretos de nuestro tiempo, cuya esencia conceptual “se ubica más allá de la mera manipulación intencional de un objeto (del canal y el contenido comunicativos) en la medida en que hunde sus anclas en las convicciones irracionales de los sujetos o destinatarios del ‘corpus social’” (Moles Plaza, 2017, p. 118).

Por su parte, las *fake news*, al tener un aspecto más específico, vienen a constituirse en una de las varias expresiones de este paradigma de la posverdad (D ‘Ancona, 2017; Harsin & Harsin, 2018). Las *fake news* “son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada, para obtener un fin” (Amorós, 2018 p. 36). Su efectividad es mucho más perceptible, debido al realismo de su apariencia, por lo cual es reproducida por los propios usuarios de las redes digitales y canales informativos a una escala y velocidad inéditas. Es más sencillo asignarle responsabilidades por sus potenciales efectos, en tanto su forma es tangible, aunque su creación y propalación pueden obedecer a motivaciones de diversa índole.

Un ejemplo demostrativo de las razones perturbadoras tras el uso indiscriminado de la noticia falsa lo aportan Aparici y Marín (2019) rememorando la gran concentración de páginas de Internet con contenido “*fake*”, en respaldo a Donald Trump y contra Hillary Clinton, que llegó a los votantes norteamericanos desde Veles (Macedonia) durante el período electoral de 2016:

Aunque su impacto en el país más poderoso del mundo resultó decisivo, el objetivo de los jóvenes macedonios no era ayudar a Trump a vencer a Clinton, sino ganar dinero a través de la venta de espacios de publicidad en sus páginas aprovechando el elevado tráfico que estas registraron. ¿A quién

le importa la verdad cuando se trata de hacerse rico? Bienvenidos a la era de la posverdad (p. 25).

Este tipo de observaciones ponen sobre la mesa la relación complementaria de la posverdad y las fake news. Aunque a la posverdad suele reconocérsele un sentido amplio e histórico, mientras que a las noticias falsas se les asignan rasgos específicos, “casi subsidiarios de la posverdad” (Carrera, 2018, p. 1 472), ambas nociones se alimentan y refuerzan recíprocamente (Blanco-Herrero & Arcila-Calderón, 2019).

Sin embargo, existen miradas críticas como la de Habgood-Coote (2018), que argumenta que el uso de los términos posverdad y fakenews cuenta con tres grandes problemas: primero, no tienen significados públicos estables, lo que implica que no tienen sentido y son sensibles al contexto; segundo, son innecesarios, porque existe un rico vocabulario para pensar en la disfunción epistémica; tercero, tienen usos propagandísticos, lo que significa que el uso de estos términos legitima la propaganda antidemocrática.

Aun así, entre las perspectivas que sí validan el uso del término posverdad, emerge un argumento: la irrelevancia que (como rasgo importante del escenario actual) adquiere la verdad para el ciudadano promedio, “en una clase de superación o cancelación voluntaria de la misma” (Rodríguez-Ferrándiz, 2019, p. 2). Esta postura frente a la verdad y a los hechos estaría de fondo facilitando el respaldo popular de las noticias falsas (Keyes, 2004; Harsin, 2015). Desde este punto de vista, lo que hoy se manifiesta a través de la idea de posverdad, no es el simple desinterés o pereza por conocer la veracidad de los acontecimientos (Espinosa Zarate, 2019); sería también una pérdida de la confianza en quienes fueron los principales narradores institucionales: periodistas y medios de comunicación, propietarios del monopolio informativo y de la verdad colectiva en otro tiempo (D’Ancona, 2017). Ello, sumado a un escenario tecnológico intrincado, ha devenido en problemático y estaría entre los motivos por los cuales ambas nociones adquieren una existencia especial (Rodrigo-Alsina & Cerqueira, 2019).

Justamente en esta época, el refinamiento de las TICS expone a las audiencias de los medios de comunicación a todo tipo de información, en palabras de Aguaded (2014): “Asistimos, sin duda, a una hiperco-

nexión compulsiva y una sobreinformación global...” (p. 7). Mucha de esta información excesiva, aunque se produce más acorde con los gustos, convicciones, creencias e ideologías políticas de las personas (Pariser, 2017), no necesariamente está basada en criterios de objetividad, rigurosidad, racionalidad, equilibrio o veracidad.

La literatura reciente está atendiendo a un escenario desafiante en el que las falsas verdades se han querido imponer (Tandoc et al., 2018; Zhang & Ghorbani, 2020). Este trabajo, en particular, no se centra en profundizar conceptualmente en otros fenómenos conectados como pudieran ser la desinformación (Fallis, 2016) o los desórdenes informativos (Del-Fresno-García, 2019), pero reconoce la necesidad de una reflexión que se dirija a atender a la amenaza crítica de la calidad informativa (Fallis, 2015).

Así lo reflejan casos de trascendencia pública: la ascensión de Donald Trump a la presidencia norteamericana en 2016 y el Brexit, o salida de Reino Unido de la Unión Europea (Allcott & Gentzkow 2017; Rodríguez-Andrés, 2018; Yeste & Franch, 2018). De hecho, la crisis mundial por la COVID-19, viene siendo abordada desde la óptica del tratamiento informativo, dejando en evidencia la preocupación por la desinformación y la viralización de las *fake news* sobre la pandemia y la enfermedad generada por el nuevo coronavirus (Guan et al., 2021; Mauri-Ríos et al., 2021; Mora-Rodríguez & Melero-López, 2021).

Entre tanto, el presente trabajo plantea un análisis sistemático de los términos posverdad y noticias falsas, combinando el análisis de contenido (AC) y el análisis bibliométrico (AB) para examinar características bibliométricas y analíticas de artículos científicos de revistas de comunicación de Iberoamérica, que abordan puntualmente a estas dos nociones, tanto en sus descriptores centrales o palabras claves, como en el despliegue de su contenido.

El cuerpo de artículos ( $n = 46$ ) ha sido seleccionado tras explorar una ventana de observación de 19 años (2000 a 2019) en el marco de una población de estudio delimitada por el conjunto de 17 revistas de América Latina (13) y España (4), especializadas en comunicación con índices de alto impacto (indizadas en Web of Science (WoS), Emerging Sources Citation Index (ESCI) y Scopus).

### *Estado del arte y preguntas de investigación*

Un análisis de contenido, con enfoque bibliométrico, reconoce la importancia de medir y valorar la presencia o ausencia temática dentro de un área del conocimiento. De acuerdo con Arbeláez-Gómez y Onrubia-Goñi (2014), este enfoque se aplica “siempre con la pretensión de dar cuenta de la producción en un campo de saber, sus evoluciones o transformaciones” (p. 16).

Antecedentes destacados se han centrado en identificar a los principales temas de investigación, su relación y los componentes que los integran. López-Robles et al. (2019) examinan la evolución de la revista indexada de comunicación EPI (*El Profesional de la Información*) entre los años 2006 a 2017, con lo cual, sobre esta publicación existe ya un mapa de su evolución conceptual, que revela, entre otros hallazgos, su especialización temática, cuáles han sido las universidades u organizaciones más productivas en España presentes en la revista, así como las contribuciones recibidas del contexto internacional.

De manera semejante, Walter et al. (2018) presentan el estado de la investigación y evolución de las teorías de la comunicación en la prestigiosa revista *Journal of Communication* en un período de siete décadas (65 años). Otros trabajos también se interesan por tendencias de investigación sobre temas puntuales como las redes sociales digitales, con análisis donde se cruzan variables como año de publicación, revista, tema de investigación y recuento de citas (Bakan & Han, 2019).

Con un predominio de la bibliometría, se registra la investigación de Moreno-Fernández y Fuentes-Lara (2019) acerca de *engagement* y las redes sociales; la revisión sistemática de Vicente Torrico (2017) sobre narrativa transmedia; y a su vez el trabajo de Alcaide Muñoz et al. (2017) alrededor de la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación en las administraciones públicas. Algunos aportes, en particular, son referentes metodológicos que otorgan sustento a la mirada sobre la posverdad y las noticias falsas en el marco de las revistas indexadas. El trabajo de Valverde-Berrocoso et al. (2022) se pregunta por los modelos didácticos implementados para el afrontamiento de la desinformación y las noticias falsas a partir de una revisión sistemática de la literatura (2011-2020) que analiza una muestra de ar-

títulos científicos (n = 76) extraídos de las bases de datos WoS, Scopus y ERIC (Education Resources Information Center).

Aquí es interesante resaltar el trabajo de Estrada-Cuzcano y Alhuay-Quispe (2020) quienes realizan una aproximación bibliométrica a la publicación peruana *Revista de Comunicación*, entre el periodo de 2000 a 2019, centrando su análisis en las tendencias temáticas a partir de la visualización por densidad de co-ocurrencia de términos, que es una variable incorporada en el presente estudio.

De otro lado, Gutiérrez-González y González-Pardo (2021) presentan el análisis de la producción científica relativa a la televisión pública (202 artículos sobre el tema), divulgada entre 2001 y 2019, en las bases de datos de Web of Science (WoS) y Emerging Sources Citation Index (ESCI). Esta investigación aporta algunas conclusiones importantes como dar cuenta del vacío de conocimiento dentro del campo de la comunicación alrededor de la investigación sobre la televisión pública, la cual se concentra principalmente en España y Estados Unidos, y agrega al examen de los elementos de bibliometría un análisis de contenido sobre los aportes teóricos de la comunicación a partir del metamodelo constitutivo de Craig (1999, 2015).

Esta apelación a una matriz teórica con legitimidad académica dentro del campo de la comunicación, pese a las discusiones que ha suscitado desde su aparición (Karam, 2019), es un recurso coherente con los objetivos de la investigación aquí trazados y por lo tanto fue parte de la operacionalización de variables.

Complementariamente, era relevante advertir si podría reflejarse alguna conexión con las teorías clásicas de la comunicación de masas. Así mismo, fue importante reconocer en cuáles áreas y subáreas de la comunicación predomina la discusión y fundamentación teórica de posverdad y las noticias falsas.

Es preciso mencionar que parte de la contribución del estudio radica en la aprehensión de las tendencias conceptuales manifiestas en los mensajes contenidos en las revistas indizadas objeto de estudio, un cuestionamiento que explora dimensiones propias del significado y los motivos que podrían conducir al estudio de posverdad y noticias falsas (Arias-Mendoza et al., 2020). En este contexto, surgen las siguientes preguntas de investigación:

- PI1: ¿En cuáles regiones geográficas de Iberoamérica se concentran los estudios científicos de la comunicación sobre posverdad y noticias falsas?
- PI2: ¿Cuáles son los descriptores centrales que permiten identificar la red conceptual asociada con los términos posverdad o “post-truth”, y noticias falsas o “fake news”?
- PI3: ¿Cuáles son los enfoques metodológicos prevalentes en los estudios?
- PI4: ¿Cuáles disciplinas o subdisciplinas de la comunicación prevalecen en los artículos?
- PI5: ¿Cuáles son los autores más citados en los artículos?
- PI6: ¿Cuáles son los abordajes teóricos de la comunicación sobre los que se soportan los artículos?
- PI7: ¿Qué aproximación conceptual sobre la posverdad prevalece en los artículos?

## MATERIAL Y MÉTODO

La perspectiva analítica retoma a Krippendorff (2003), a fin de explorar sistemáticamente los contenidos para formular posteriormente conclusiones válidas sobre el contenido textual, en el marco de su contexto de uso.

### *Población*

Se delimitó por el conjunto comprendido por 17 revistas Iberoamericanas especializadas en Comunicación, con índices de alto impacto (Web of Science (WoS), Emerging Sources Citation Index (ESCI) y Scopus). Estas revistas son *Cuadernos.info* (Chile), *Palabra Clave* (Colombia), *Comunicación y Sociedad* (México), *Signo y Pensamiento* (Colombia), *Cogency* (Chile), *Dixit* (Uruguay), *Austral Comunicación* (Argentina), *Revista de Comunicación* (Perú), *Comunicación y Medios* (Chile), *Question* (Argentina), *Chasqui-Revista Latinoamericana de Comunicación* (Ecuador), *Perspectivas de la comunicación* (Chile), *Oficios Terrestres* (Argentina), *Comunicar* (España), *Profesional de la Información* (España), *Revista Latina de Comunicación Social* (España) y *Communication and Society* (España).

### *Procedimiento*

Se basa en la declaración del protocolo PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*), abordada desde Urrútia y Bonfill (2010), resaltando 27 criterios claves para este tipo de revisiones sistemáticas. De ellos, se tuvieron en cuenta los siguientes:

*Elegibilidad y exclusión.* El idioma utilizado para los criterios de elegibilidad de los textos es español e inglés, cuyo tema de estudio en principio sea la posverdad o post-truth, y, en segunda instancia, el término *fake news* o su traducción “noticias falsas”. Fueron excluidos artículos en revistas científicas no indexadas o por fuera de la colección principal de WoS, ESCI y Scopus. También se excluyeron textos como libros, capítulos de libros, editoriales, reseñas, críticas o resúmenes, artículos que no estén publicados en la ventana de observación (2000-2019) o fuera del campo de la Comunicación. Se decidió incluir la base de datos ESCI porque tiene “una proximidad temática a la de Comunicación y un cierto carácter mixto” (Torre Espinosa et al., 2019, p. 3) entre las Humanidades y las Ciencias Sociales.

*Selección de estudios.* En el motor de búsqueda de las bases de datos presentes en Web of Science se utilizaron las palabras claves en el motor de búsqueda: TS = (Pos truth OR post verdad OR Fake News OR Noticias Falsas), arrojando un total de 4 773 documentos; luego, y de acuerdo a los criterios de inclusión y exclusión, se filtraron solamente los artículos que pertenecieran al área de comunicación y que su idioma fuera inglés y español, arrojando un total de 369 documentos que corresponden al 7.7% del universo. De estos documentos, se filtraron exclusivamente a aquellos que pertenecieran a revistas de países iberoamericanos, arrojando un total de 44 artículos, de los que se descartaron siete por no ser de acceso libre, arrojando una muestra definitiva de 37 artículos. En Scopus, se encontró, luego de la búsqueda de las palabras claves: (Pos truth OR post verdad OR Fake News OR Noticias Falsas), un total de 53 documentos, de los que se seleccionaron 40 que estaban acorde a los criterios de inclusión y de exclusión; luego, al filtrarlos por las revistas iberoamericanas presentes, se obtuvieron un total de nueve artículos. Estos artículos también están presentes en su totalidad en los resultados de WoS.

*Operacionalización de variables.* Se inició el proceso de operacionalización siguiendo las recomendaciones de Igartua (2006) y la revisión de la literatura. Así, se diseñó un protocolo de categorías de análisis por cada código o variable que se consideró relevante y se propuso un sistema de cuantificación de cada una, mediante el diseño del instrumento de análisis o libro de códigos.

En el libro de códigos se contemplaron variables bibliométricas y analíticas. Cada una de ellas aplicadas a cada unidad de análisis y con el criterio apriorístico de autores contrastados en la materia. También se generó un mecanismo de evaluación inspirado en estudios similares (Gutiérrez-Gonzalez & Gonzalez-Pardo, 2021; Martínez-Nicolás et al., 2018; Piñeiro-Naval, 2020; Walter et al., 2018).

Estas unidades de análisis fueron agrupadas para identificar, de forma estadísticamente significativa, patrones de publicación o conglomerados y compararlos en función de las variables que se definieron para el estudio. En total, son 27 variables, tres de identificación básica y 24 analíticas, las cuales fueron trasladadas de forma esquemática a una ficha de codificación creada en Excel, en la cual se registraron los valores correspondientes a cada unidad de análisis; valores luego digitalizados y tratados estadísticamente en el programa Excel y, en el caso de las variables analíticas, en el programa SPSS.

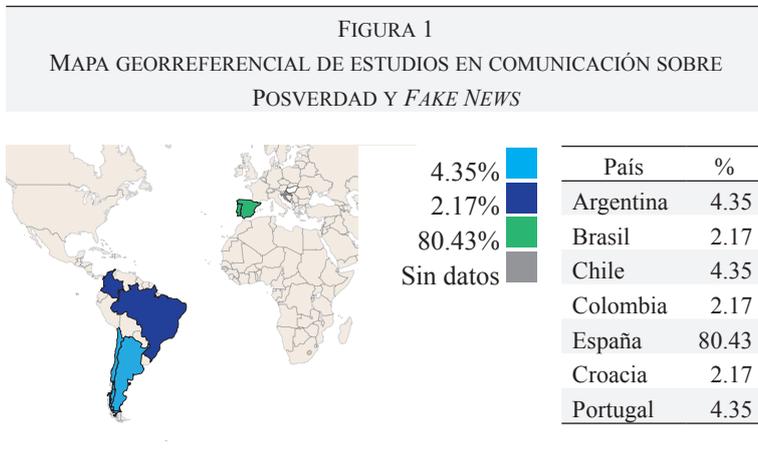
Por otra parte, el libro de códigos se sometió a tres procesos de validación por parte de investigadores expertos. La recogida de datos (codificación) fue realizada por los investigadores del proyecto a través de la ficha de codificación. Entre los codificadores se realizó un pilotaje del proceso de codificación y una prueba de intercodificadores. Así mismo, para el chequeo de la fiabilidad, fue seleccionada una submuestra aleatoria del ~10 % de los casos ( $n = 6$ ) para su análisis y cálculo con los codificadores de la etapa analítica.

Después de revisar los resultados de la codificación exploratoria, los investigadores discutieron las discrepancias y revisaron los criterios de análisis de datos haciendo referencia a anteriores investigaciones y elementos conceptuales. El parámetro estadístico utilizado para el cálculo de la fiabilidad entre los codificadores fue el de Alpha de Krippendorff (Krippendorff, 2011, 2017) hallado mediante el empleo de la “macro Kalpha” (Hayes & Krippendorff, 2007).

El coeficiente Alfa de Krippendorff tiene un especial atractivo en tanto permite calcular el acuerdo interjueces para todo tipo de variables atendiendo a su nivel de medida. Además, puede utilizarse en estudios en donde el mismo material es codificado por más de dos codificadores (Igartua, 2006). Con los datos que se obtuvieron del proceso de codificación, se exportaron los datos para SPSS (versión 25). La fiabilidad media de las 24 variables analíticas fue favorable:  $M(\alpha_k) = 0.8815$ ; con valores que oscilaron en un rango de “0.7167” a “1.0”.

## RESULTADOS

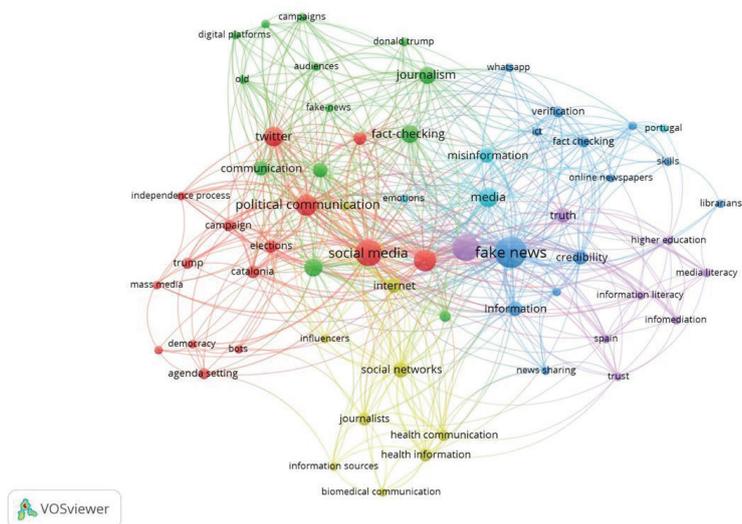
La Figura 1 responde a la PII acerca de las regiones geográficas de Iberoamérica donde se concentran los estudios científicos de la comunicación sobre posverdad y noticias falsas. De acuerdo con el examen, el país con mayor representación de estudios sobre posverdad y *fake news* es España con un 80.43% dentro de la muestra de estudio, es decir, 37 de 46 documentos fueron generados y publicados en revistas españolas de comunicación de alto impacto. Seguido de los aportes, estadísticamente menores, de América Latina donde aparece Argentina (4.35%), Chile (4.35%), Brasil (2.1%) y Colombia (2.17%). Por su parte, Croacia y Portugal aparecen con una contribución de 2.17% y 4.35%, respectivamente.



Fuente: Elaboración propia.

Para responder a la PI2, fue necesario un análisis desde la aplicación VOSviewer a fin de obtener el índice de coocurrencia de palabras clave. Un total de 62 Keywords (KW+), con una frecuencia  $\geq 2$ , en las que se analizó el grado de similaridad de las KW+ a partir de su homogeneidad semántica y desde las que se conformaron clústers que se visualizaron a través de un mapa bibliométrico etiquetado (Figura 2). Las KW+ que presentaron mayor representatividad a nivel de frecuencia son *fake news* (24), *post-truth* (16), *social media* (16), *desinformation* (11), *political communication* (9), *fact-checking* (8), *media* (7) y *Twitter* (7). Sin embargo, si se sumaran las frecuencias sobre KW+ dedicadas a los *social media* (Twitter, Facebook, WhatsApp, *digital journalism*) en total, sería el núcleo temático que mayor presencia tendría (32).

FIGURA 2  
GRÁFICO DE CO-OCURRENCIA DE PALABRAS CLAVE

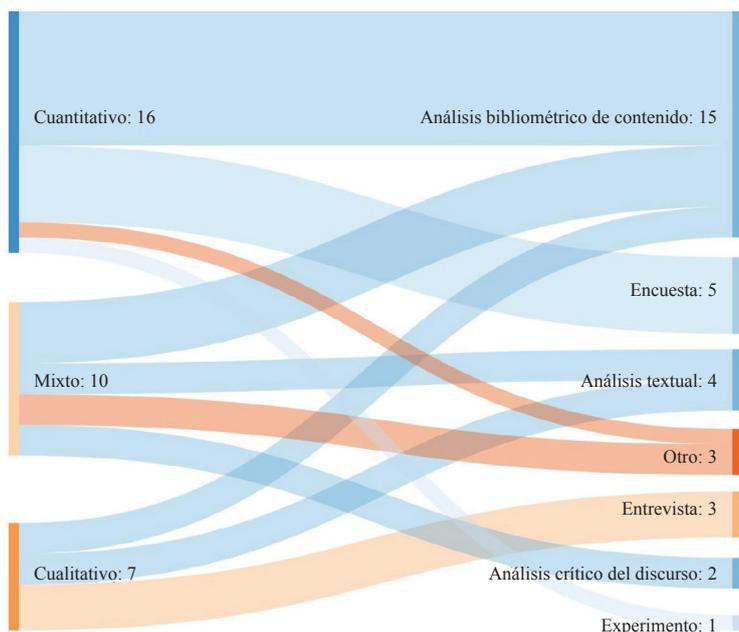


Fuente: Elaboración propia.



15.2%. Por otro lado, el gráfico nos permite identificar dos tendencias en cuanto a las técnicas relacionadas con la perspectiva cuantitativa, la primera corresponde al desarrollo de diseños mixtos aplicados con análisis bibliométricos de contenido y la segunda tendencia se refiere a la encuesta como técnica asociada principalmente al enfoque cuantitativo. Una tercera tendencia metodológica son los estudios cualitativos sustentados con la técnica de la entrevista.

FIGURA 4  
ENFOQUES Y TÉCNICAS METODOLÓGICAS PREDOMINANTES



Fuente: Elaboración propia.

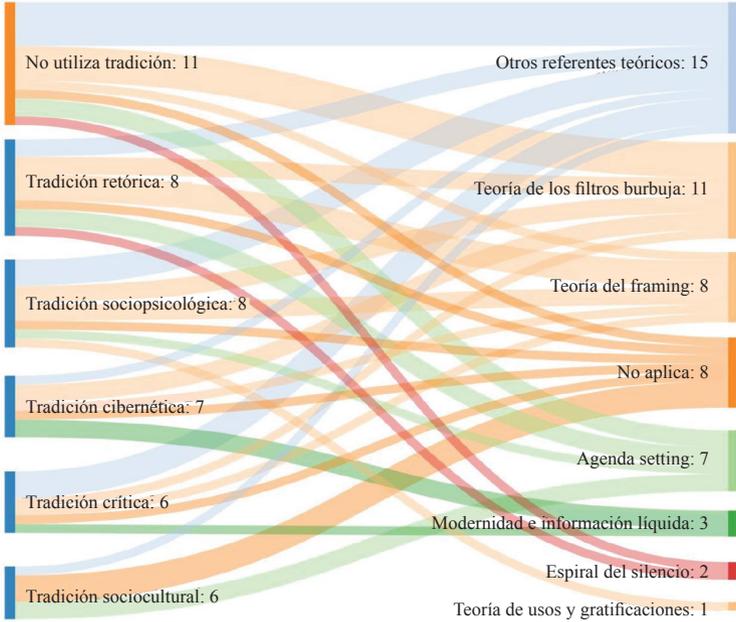
De otra parte, la producción académica examinada sobre posverdad y fake news se realiza en su mayoría desde un enfoque científico. Del total de la muestra, se obtuvo que un 65.2% de los artículos analizados son de investigación, seguido de un 32.6% correspondiente a

artículos de reflexión y un 2.2% restante de documentos de corte teórico con revisión sistemática. Se destaca con particularidad que la subdisciplina de la comunicación, PI4, que más refleja una inclinación hacia el examen con metodología de investigación declarada son los estudios de Periodismo y Comunicación (35 de 46 unidades). A su vez, se encontró que dentro de estos existe una asociación importante hacia la Comunicación Digital, las Redes y los Procesos en el 32.6%.

Frente a la PI5 y teniendo en cuenta la red de cocitación de autores, se encontraron en total 1 874 autores (Figura 5), de los cuales, con una frecuencia  $\geq 2$  en total fueron 358 representados en 8 clúster. Se puede anotar que los principales autores que recibieron citas en los últimos 19 años son: Allcott H., clúster de color rojo y 16 citaciones; Graves I., clúster de color rojo y 14 citaciones; Newman N., clúster de color verde y 13 citaciones; Casero-Ripolles A., clúster de color azul oscuro y 13 citaciones; Bennett W. L., clúster azul turquesa y 12 citaciones; Vasougui S. clúster de color rojo y 12 citaciones; Hermida A. clúster de color verde y 10 citaciones; y Comisión Europea, clúster morado y 10 citaciones. Otros autores que aparecen en esta revisión son Pariser E., Castells M., McCombs M., Masip P., Arguete N., y López-García, G.

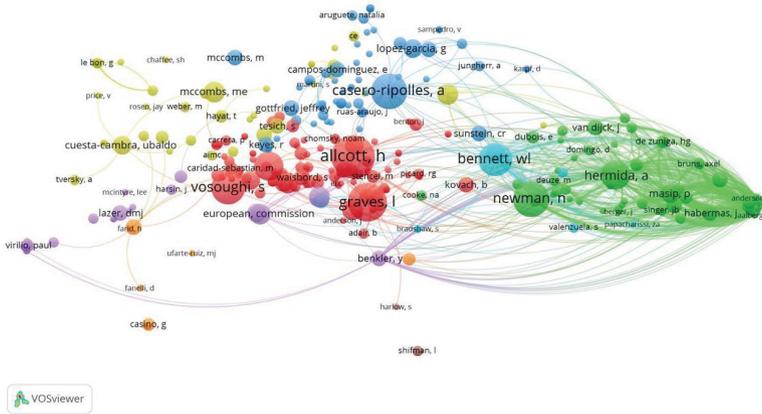
Las principales tendencias en cuanto al abordaje teórico de los artículos, PI6 en la Figura 6, en relación con el metamodelo constitutivo de Craig (1999) y las teorías de la comunicación elegidas para el *codebook*, revelan tres asociaciones hacia la tradición Retórica, la tradición Socio Psicológica y la tradición Crítica, especialmente entre el grupo de artículos que están fundamentados, de modo concreto y explícito, en algunas de las teorías de la comunicación planteadas en el libro de códigos como alternativas al metamodelo de Craig. No obstante, la Teoría del *Framing* (o encuadre noticioso) se ilustra asociada con mayor énfasis a la tradición retórica y en menor medida a la tradición sociopsicológica. Por otra parte, la Teoría de la *Agenda Setting* tiene una asociación marcada con la tradición socio cultural y la tradición retórica. Se destaca que la teoría de reciente aparición de los filtros burbuja de Pariser (2011, 2017) tiene asociaciones con la tradición Retórica, Socio Psicológica, Cibernética y Crítica. Aunque, cabe resaltar, también se sugiere ausencia de relación con cualquiera de las tradiciones de la comunicación en algunos de aquellos artículos que sí señalan explícitamente a la teoría de Pariser como soporte teórico.

FIGURA 5  
GRÁFICO DE CO-CITACIÓN DE AUTORES



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 6  
ABORDAJES TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN EN LA POSVERDAD  
Y *FAKE NEWS*



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las tendencias advertidas en la aproximación conceptual sobre la posverdad (PI7), el hallazgo más relevante muestra que en el 37.0% de la muestra se considera que la posverdad viene consolidándose como tema de investigación durante los últimos años. A su vez, en un 34.8% expresamente se manifiesta o se asume a la posverdad como un peligro para los sistemas democráticos por efecto de la desinformación. En coherencia con este hallazgo, un 34.8% expresa claramente la necesidad y/o emergencia de estudiar a la posverdad y en un 32.6% de los casos se considera que esta ha evolucionado como fenómeno de estudio con el uso mediático de las TICS y las diferentes dinámicas comunicacionales que se establecen en las redes sociales digitales. Por último, en un 28.3% se enfocan en el Ecosistema Mediático, Tecnológico e Informativo.

## DISCUSIÓN

El primero de los hallazgos relevantes estriba en confirmar que el interés central en la posverdad y las noticias falsas dentro del escenario de producción académica de revistas de comunicación iberoamericanas se acentúa y desarrolla a partir del año 2016, lo que coincide con la notoriedad otorgada a los conceptos al ser elegidos “palabras del año”, en 2016 y 2017 respectivamente, por prestigiosas autoridades como lo suponen el Oxford English Dictionary y el Collins Dictionary.

Sin embargo, la producción científica en revistas de alto impacto de comunicación se concentra predominantemente en España, pues los resultados reflejan que un 80.43% de la muestra de estudio, es decir, 37 de 46 documentos, fueron generados y publicados en revistas españolas de comunicación de alto impacto. América Latina aparece un poco más rezagada bajo estos parámetros de análisis desde la muestra de estudio, con la participación concreta de Argentina (4.35%), Chile (4.35%), Brasil (2.1%) y Colombia (2.17%).

Este resultado puede sugerir un interés asociado a la naturaleza editorial de las revistas seleccionadas, pues fue *El Profesional de la Información* (EPI), la publicación española con un 45.7% de la representación, la que lideró el listado de las revistas con mayor interés y producción relativa a la posverdad y las noticias falsas; seguida por *Co-*

*munication and Society* (21.7%) y la *Revista Latina de Comunicación Social* (15.2%), estas últimas también publicaciones españolas.

Es preciso recordar que en lo que respecta a EPI, su evidente inclinación hacia ambos temas coincide con lo descrito por López-Robles et al. (2019) al establecer que la revista ibérica tiene preferencia por investigar y reflexionar sobre: “comunicación, información, indicadores, bibliotecas y tecnologías de la información, con consideraciones importantes al uso y tratamiento de los datos, así como su almacenamiento y difusión” (p.15).

En tal sentido, los resultados de la revisión sistemática brindan evidencia del aporte e impacto bibliométrico, cuantitativo y analítico que tiene EPI para comprender la naturaleza y evolución de los estudios referidos en el marco de la posverdad y las noticias falsas. De hecho, este interés se reafirmó en la publicación de su edición especial “28(3) (2019): Posverdad y desinformación” dedicada exclusivamente a reflexionar sobre estos temas.

Este resultado es coherente, a su vez, con la revisión de los clústers semánticos a través del conteo de las palabras clave de los artículos en el que es clara y fuerte la conexión de los términos posverdad y noticias falsas con las palabras “desinformación”, “comunicación política”, *social media* (Twitter, Facebook, WhatsApp y periodismo digital) o *fact-checking*. Esta afinidad, se constata en la aproximación conceptual que recalca la dimensión tecnológica de la posverdad, si se tiene en cuenta que al menos 13 de los 46 artículos (28.3%) se enfocan en el “Ecosistema Mediático, Tecnológico e Informacional”. A su vez, en el 32.6% de los trabajos se plantea que la posverdad ha evolucionado como fenómeno de estudio con el uso mediático de las TICS y las diferentes dinámicas comunicacionales que se establecen en las redes sociales digitales.

Esto no descarta el resto de dimensiones conceptuales de la posverdad, como su novedad o reciclaje histórico o designación política y epistemológica, pero sí expresa un cierto grado de consenso alrededor de que su existencia nominal y significado no podría separarse del ecosistema de medios de comunicación masiva, digital e informacional, con sus dinámicas e interrelaciones tangibles en una realidad como la del presente de referencia.

En consecuencia, no sorprende que la subdisciplina de la comunicación que más haya estado interesada en la posverdad y las noticias falsas dentro de la muestra seleccionada sea la de “Periodismo y Comunicación” (35 de 46 unidades). Y que adicionalmente, dentro de estos trabajos, la tendencia se dirija a la “Comunicación Digital, las Redes y los Procesos”, en 15 artículos de la muestra definitiva (32.6%).

Otro aspecto importante en este hallazgo lo aporta el abordaje empírico, o la preocupación porque la investigación y la producción académica de las nociones de posverdad y noticias falsas se realice desde alguno de los enfoques metodológicos que dan respaldo y rigurosidad al trabajo de la Academia. Así, el 65.2% de los artículos analizados son de investigación, seguido por un 32.6% de artículos de reflexión y el 2.2% restante de corte teórico con revisión sistemática.

En cuanto a la fundamentación teórica de los artículos, se observa una apelación a las tradiciones de la comunicación de Craig (1999) en la mayoría de los mismos. Se destacan las tradiciones Retórica y Sociopsicológica cada una con un 17.4% de la muestra; seguidas por la tradición Cibernética (15.2%) en siete de los documentos; luego, se encuentran la tradición Sociocultural y la tradición Crítica cada una con un 13%, es decir cada una presente en seis artículos de la muestra.

Tiene sentido que los artículos reflejen cierta inclinación teórica por las tradiciones mencionadas, si se toma en consideración a las interpretaciones de la comunicación que cada una aglutina. Por ejemplo, la tradición Retórica se enmarca en “la comunicación entendida como práctica de un discurso” (Craig, 1999, p. 133), por lo tanto, uno podría inferir que en este campo conceptual, se justifica comprender y explicar lo que constituyen para la legitimidad de los discursos públicos la propalación de noticias falsas y la configuración de un entorno que desdibuja o banaliza la verdad pública y social.

Por el contrario, ninguno de los artículos de la muestra estuvo sustentado ni en la tradición Fenomenológica, ni en la tradición Semiótica, lo que puede asumirse como un alejamiento de aquellos marcos teóricos donde el protagonismo se le da a la subjetividad individual o a la mediación intersubjetiva de los signos y símbolos. De hecho, cuando se identifican teorías más concretas, aunque no se crucen directamente, o se desarrollen inexorablemente fusionadas a alguna de las tradiciones

del metamodelo de Craig, se puede deducir una especie de armonía, de las categorías centrales de la teoría con la matriz mayor.

Esto puede advertirse en las asociaciones entre, por ejemplo, la teoría del framing (o encuadre noticioso) vinculada con énfasis a la tradición retórica y en menor medida a la tradición Sociopsicológica, que se interesa por la comunicación en tanto “expresión, interacción e influencia” (Craig, 1999, p. 133).

Por su parte, la perspectiva de la “modernidad líquida” de Bauman (2004) aparece relacionada con la tradición cibernética y la tradición crítica, la primera preocupada por el procesamiento de la información y el funcionamiento sistémico de la comunicación, en tanto la segunda cuestiona a los discursos de poder o dominantes.

Desde otro ángulo, es interesante advertir en la Teoría de los “Filtros Burbuja” (Pariser, 2011, 2017), representada en 11 de los 46 artículos (13% de la muestra), una dificultad para enmarcarse en una u otra tradición. Se puede pensar que esta teoría es de reciente aparición y se incorpora “naturalmente” a una lectura de la dinámica social en el uso de dispositivos tecnológicos y consumo de información a través de redes sociales digitales, reclamando cierta novedad al sostener de forma explícita que la información que llega a las personas en las plataformas tecnológicas ocurre a través de la personalización y de los indicadores de agrado o afinidad como los “me gusta” o “likes” y ya no solo mediante la propuesta o agenda noticiosa e informativa de los medios de comunicación tradicionales.

Pariser (2017) describe las distancias cognitivas a las que se ven expuestos los usuarios de las plataformas y redes sociales digitales: al reforzarse el consumo e interacción solo en ciertos nichos informacionales o comunidades digitales, los individuos pierden la oportunidad de conocer otras opiniones e información, distintas a aquellas que no sean congruentes con sus gustos, intereses, creencias y valores. Con lo cual, se recortan las visiones del mundo que cada quien configura, en función de la personalización que la tecnología brinda mediante la inclusión de “bots” y algoritmos, con los que ya es posible mapear gustos, preferencias, perfilar psicológicamente y segmentar a los usuarios de las tecnologías (Harsin, 2015; Masip et al., 2019).

Van der Linden et al. (2020) analizan el impacto que tienen las noticias falsas en los medios y las redes, vistas como mecanismo inadecuado de manipulación política. En tal sentido, se profundiza en el marco de la polarización ideológica de afiliación de los medios, tal como sucede en el contraste informacional que presentaron en su momento CNN y Fox News, frente al gobierno de Trump. Por lo anterior, la valoración de la confianza en los medios y sus noticias desde el escenario de la política es relativa en función de la afinidad que tienen las personas, quienes en sus representaciones sociales asumen la veracidad en los contenidos del medio que refleja su preferencia política, mientras que descalifican los contenidos de los medios políticamente contradictorios, asumiéndolos como noticias falsas.

Por su parte, Wardle y Derakhshan (2017) desarrollan una aproximación conceptual, metodológica e interdisciplinaria frente a una de las categorías emergentes en el análisis de posverdad considerada como “desorden de la información”. Dentro de sus hallazgos, resaltan la necesidad de comprender los mecanismos que utilizan las personas para procesar la información desde el marco de las tradiciones de las teorías sociológicas y culturales, generando a su vez un tópico adicional sobre la forma en que surgen y se posicionan socioculturalmente los contenidos desde una perspectiva segmentada derivada de las preferencias, afinidad y credibilidad relativa de las estrategias de verificación de las fuentes y el análisis las implicaciones que tienen las narrativas colectivas construidas en los medios y las redes sociales.

Este tipo de abordajes teóricos son un insumo significativo que nos debería conducir a ampliar el espectro analítico del conocimiento y la comprensión de la posverdad y las noticias falsas, pues se develan elementos sustanciales para afrontar con más consciencia y asimilar cómo es que se ha ido tejiendo, por ejemplo, el desplome de la confianza ciudadana en sus instituciones públicas o en el periodismo mismo, que antes era reconocido por su papel en la construcción de los relatos de verdad que demanda una sociedad democrática y libre.

Estos hallazgos representan un escenario complejo de interacción con las redes y la sociedad del conocimiento, específicamente en el campo de la comunicación y el periodismo. En síntesis, el fenómeno de la posverdad y las noticias falsas incide en los sistemas democráticos y

amerita la necesidad de profundizar el conocimiento y la reflexión sobre estos tópicos a fin de impactar positivamente el futuro del quehacer profesional de comunicadores sociales, periodistas y la sociedad en su conjunto.

### **Referencias bibliográficas**

- Aguaded, I. (2014). De la infoxicación al derecho a comunicarse. *Comunicar*, 42, 07-08. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-a1>
- Alcaide Muñoz, L., Rodríguez Bolívar, M. P. & López Hernández, A. M. (2017). Análisis bibliométrico sobre la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación en las administraciones públicas: aportaciones y oportunidades de investigación. *Innovar*, 27(63), 141-160. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n63.60674>
- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Amorós, M. (2018). *Fake News, la verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.
- Aparici, R. & Marín, D. (Eds.). (2019). *La posverdad: una cartografía de los medios, las redes y la política*. Gedisa.
- Arbeláez-Gómez, M. & Onrubia-Goñi, J. (2014). Análisis bibliométrico y de contenido. Dos metodologías complementarias para el análisis de la revista colombiana Educación y Cultura. *Revista de Investigaciones UCM*, 14(23), 14-31.
- Arias-Mendoza, D., González Pardo, R., Herrera, L. & Cortés-Peña, O. (2020). *Posverdad en revistas científicas de comunicación en Iberoamérica un análisis de contenido*. Editorial Milla Ltda.
- Bakan, U. & Han, T. (2019). Investigación y tendencias en el campo de las redes sociales de 2012 a 2016: un análisis de contenido de estudios en revistas seleccionadas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 13-31. <https://doi.org/10.5209/esmp.63713>
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Berrocoso, J. V., Fernández, A. G. & Borrega, J. A. (2022). Desinformación y multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura. *Comunicar*, XXX(70), 97-110. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>

- Blanco-Herrero, D. & Arcila-Calderón, C. (2019). Deontología y noticias falsas: estudio de las percepciones de periodistas españoles. *Profesional de la información*, 28(3), e280308. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.08>
- Capilla, P. (2019). ¿De qué hablamos cuando hablamos de posverdad? Análisis del término en siete diarios de calidad. *Profesional de la Información*, 28(3), e280309. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.0>
- Caridad-Sebastián, M., Morales-García, A. M., Martínez-Cardama, S. & García-López, F. (2018). Infomediación y posverdad: el papel de las bibliotecas. *Profesional de la Información*, 27(4), 891-898. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.17>
- Clavero, J. A. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, (29), 167-180. <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1857>
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161.
- Craig, R. T. (2015). The Constitutive Metamodel: A 16-Year Review. *Communication Theory*, 25, 356-374. <https://doi.org/10.1111/comt.12076>
- D'Ancona, M. (2017). *Post-truth: The new war on truth and how to fight back*. Ebury Press.
- Del-Fresno-García, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *Profesional De La información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Espinosa Zárate, Z. (2019). Voluntad de saber en el tiempo de la posverdad. *Educación XXI*, 22(1), 335-352. <https://doi.org/10.5944/educxx1.19693>
- Estrada-Cuzcano, A. & Alhuay-Quispe, J. (2020). Aproximación bibliométrica a la Revista de Comunicación (Perú), 2002-2019. *Revista de Comunicación*, 19(2), 111-124. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A6>
- Fallis, D. (2015). What Is Disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401-426.
- Fallis, D. (2016). Mis- and dis-information. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge Handbook of Philosophy of Information* (pp. 332-346). Routledge.

- Guan, T., Liu, T. & Yuan, R. (2021). Combatiendo la desinformación: Cinco métodos para contrarrestar las teorías de conspiración en la pandemia de COVID-19. *Comunicar*, XXIX(69), 71-83. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-06>
- Gutiérrez-González, C. & González Pardo, R. (2021). Análisis de las publicaciones en “televisión pública” indexadas en Web of Science (2001-2019). *Historia y Comunicación Social*, 26(1), 291–305. <https://doi.org/10.5209/hics.66254>
- Habgood-Coote, J. (2018). Stop talking about fake news! *Inquiry*, 1-33. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2018.1508363>
- Harsin, J. (2015). Regimes of post truth, post politics, and attention economy. *Communication, Culture and Critique*, 8(2), 327-333. <https://doi.org/10.1111/cccr.12097>
- Harsin, J. & Harsin, J. (2018). Post-Truth and Critical Communication Studies. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>
- Hayes, A. F. & Krippendorff, K. (2007). Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data. *Communication Methods and Measures*, 1(1), 77-89. <https://doi.org/10.1080/19312450709336664>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch Comunicación.
- Karam, T. (2019). El Metamodelo Constitutivo de la comunicación en Robert Craig. Posibilidades y discusiones. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (36), 9-44.
- Keyes, R. (2004). *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*. St. Martin's Press.
- Krippendorff, K. (2003). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2da ed.). SAGE Publications Inc, Thousand Oaks.
- Krippendorff, K. (2011). Agreement and information in the reliability of coding. *Communication Methods and Measures*, 5(2), 93-112. <https://doi.org/10.1080/19312458.2011.568376>
- Krippendorff, K. (2017). *The epistemology of reliable data*. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0210>
- López-Robles, J. R., Guallar, J., Otegi-Olaso, J. R. & Gamboa-Rosales, N. K. (2019). El profesional de la información (EPI): bibliometric

- and thematic analysis (2006-2017). *Profesional de la Información*, 28(4), e280417. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.17>
- Martínez-Nicolás, M., Sopera, E. & Carrasco-Campos, Á. (2018). La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (42), 37-69. <https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>
- Masip, P., Ruiz-Caballero, C. & Suau, J. (2019). Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article. *Profesional de la Información*, 28(2), e280204. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.04>
- Mauri-Ríos, M., Ramon-Vegas, X. & Rodríguez-Martínez, R. (2021). Media coverage of the COVID-19 crisis: recommendations and proposals for self-regulation. *Profesional de la Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.22>
- McIntyre, L. (2018). *Posverdad*. Cátedra.
- Moles Plaza, R. J. (2017). Doblepensar lo negroblanco. Propuesta metodológica para el análisis de la posverdad. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, (1), 116 -145. <https://raco.cat/index.php/tdevorado/article/view/320905>
- Mora-Rodríguez, A. & Melero-López, I. (2021). Consumo de noticias y percepción del riesgo de COVID-19 en España. *Comunicar*, 29(66), 71–81. <https://doi.org/10.3916/c66-2021-06>
- Moreno-Fernández A. & Fuentes-Lara, M. C. (2019). ‘Engagement’ y redes sociales. Análisis bibliométrico desde el ámbito científico de las relaciones públicas. *Tripodos*, (45), 49-72. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2019.45p49-72>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. Penguin.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Parra-Valero, P. & Oliveira, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS\*)*, 12(5), 054-078. <https://doi.org/10.15847/obsobs12520181374>
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

- Rodríguez-Andrés, R. (2018). Trump 2016: ¿Presidente gracias a las redes sociales? *Palabra Clave*, 21(3), 831-859. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.8>
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *Profesional de la Información*, 28(3), e280314. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- 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>
- Torre Espinosa, M., Repiso, R. & Montero Díaz, J. (2019). Factor de Impacto y comportamiento bibliométrico de las revistas de “Film, Radio & Television” de Web of Science. *Revista Española de Documentación Científica*, 42(3), 1-19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2591932>
- Urrútia, G. & Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y meta-análisis. *Medicina Clínica*. <https://doi.org/10.1016/j.medcli.2010.01.015>
- Van Der Linden, S., Panagopoulos, C. & Roozenbeek, J. (2020). You are fake news: political bias in perceptions of fake news. *Media, Culture & Society*, 42(3), 460-470. <https://doi.org/10.1177/0163443720906992>
- Vicente Torrico, D. (2017). Estudio bibliométrico de la producción científica sobre narrativa transmedia en España hasta 2016: Análisis descriptivo de las 20 principales revistas de comunicación españolas según Google Scholar Metrics (h5). *adComunica*, (14), 141-160. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2017.14.8>
- Walter, N., Cody, M. J. & Ball-Rokeach, S. J. (2018). The Ebb and Flow of Communication Research: Seven Decades of Publication Trends and Research Priorities. *Journal of Communication*, 68(2), 424-440. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx015>
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe Report DGI (2017) 09*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

- Yeste, E. & Franch, P. (2018). Trump vs los medios. Tratamiento de la prensa desde la cuenta de Twitter del presidente de EUA. *Profesional de la Información*, 27(5), 975–983. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.02>
- Zhang, X. & Ghorbani, A. A. (2020). An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing & Management*, 57(2), 102025. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.03.004>

## SEMBLANZAS

*Dineyis Arias-Mendoza, Universidad Sergio Arboleda*

Magíster en Desarrollo Social de la Universidad del Norte, Comunicadora Social y Periodista de la Universidad Sergio Arboleda seccional Santa Marta. Docente de la cátedra de Teorías de la Comunicación e investigadora adscrita al grupo de investigación “Comunicación y Sociedad”. Coordina la línea de investigación de “Narrativas, Opinión Pública y Formación Ciudadana”.

*Rafael González-Pardo, Universidad del Tolima*

Doctor en comunicación de la Universidad del Norte, Magíster en Territorio, Conflicto y Cultura de la Universidad del Tolima y Comunicador Social de la Universidad Javeriana. Adscrito al grupo de investigación “Comunicación y Democracia” y Decano de la Facultad de Ciencias Humanas y Artes de la Universidad del Tolima (Colombia). Se ha centrado en la investigación sobre el estado del campo de la comunicación en América Latina.

*Omar Fernando Cortés-Peña, Universidad Sergio Arboleda*

Psicólogo, Especialista en Análisis de Datos y Métodos de Investigación, Magíster y Doctorante en Psicología. Investigador Sen Par Evaluador de Minciencias (Colombia). Adscrito al Grupo de Investigación en Ciencias del Comportamiento para la Salud y la Vida (CICOSVIDA), Coordinador Nacional del Nodo de Investigación en Psicometría (ASCOFAPSI), miembro del Directorio Internacional de Expertos (EXIT), España.