

Desinformación y democracia en Venezuela: de la antipolítica a la transformación de la ciudadanía

Leonardo Suárez Montoya
Universitat de València/Universidad Católica Andrés Bello

<https://doi.org/10.14679/2167>

I. Introducción. La ciudadanía, vulnerada y agente

El huracán de la revolución bolivariana dejó pocas instituciones en pie. Trabajo, empresas estatales (empezando por la petrolera Pdvsa o el parque industrial guayanés), capital privado, sindicatos, la educación (desde la primaria hasta las universidades) y familia quedaron en escombros.

Se afianzaron la polarización, la antipolítica, la corrupción, la delincuencia, la unidad trinitaria Estado-gobierno-partido gobernante y el totalitarismo. Informes de violaciones de DD.HH. de ONG como Provea, Cofavic, Transparencia Venezuela, sesiones, resoluciones en la Organización de Estados Americanos, la ONU y la Unión Europea y sanciones extranjeras dan cuenta de ello.

Hay una institución, cuidado si no la más vulnerada, que ha quedado reducida a un abstracto: la ciudadanía. En estos 25 años -y soy defensor de esta tesis-, la ciudadanía ha cobrado una nueva consciencia de agencia, que no veía en la época previa a Chávez... que, sin embargo, ha resultado insuficientes para el regreso de la democracia en el país.

El hilo conductor de esta narrativa han sido la información y el periodismo en contextos parcialmente digitales: ¿qué respuestas han surgido desde la ciudadanía (y los periodistas entendidos ahora como ciudadanos comprometidos con la democracia no desde el medio de comunicación, sino desde su ciudadanía) para contrarrestar la desinformación oficial?

El propósito de este capítulo es contrarrestar las miradas institucionalistas y académicas de la desinformación, que centran la atención en la responsabilidad política, comunicacional y legal, pero descuidan la atención en un pilar de la sociedad y de la democracia, al ciudadano mismo.

¿Cómo ha respondido el ciudadano a los fenómenos de desinformación y posverdad en Venezuela?

II. Ciudadanía mediática: necesidad de la educación ético-cívica

El debate académico ha centrado la atención del triángulo ciudadanía-información-democracia en torno a los grandes medios tradicionales y a una lectura político-partidista. Es cierto que los aportes de Conill y Gozávez (2004) con su otrora novedosa concepción de *ciudadanía audiovisual* allanaron el camino para reenfocar la mirada no ya hacia visiones industriales y comunicacionales, sino hacia el ciudadano mismo. Sin embargo, a mi juicio, mantuvieron una lectura pasivista de los ciudadanos como receptores de mensajes y, en últimas, como usuarios manipulables.

Si la finalidad es tener al ciudadano como centro -que es mi apuesta desde una ética civil en forma de infoética (Suárez Montoya, 2023)-, no podemos, entonces, caminar por una senda que no conciba la agencia ciudadana. Es menester trascender el enfoque comunicacional -en el que el ciudadano equivale a un usuario, que solo recibe mensajes- hacia un enfoque comunicativo -en el que el ciudadano es, también, capaz de emitir mensajes de altura moral. Es asumir la vulnerabilidad ciudadana desde su protagonismo y, sobre todo, asumir el papel de la educación ético-cívica en una realidad sangrante. ¿La ciudadanía puede ejercer su condición desde la (des)información?

A mi parecer, un analfabeto mediático (o digital) muy difícilmente puede forjarse como ciudadano, porque fácilmente puede convertirse en una cámara de eco sin capacidad crítica, es más vulnerable de caer preso de ideologías y de sesgos.

Un paso muy importante en la senda de la agencia ciudadana lo da Gozávez (2013) con su obra *ciudadanía mediática*. Coincido con él cuando plantea que la comunicación social es un elemento clave en la formación de la identidad personal, porque ha de desarrollar el criterio para convertirse en un hermeneuta autónomo y no ser un hermeneuta enturbiado, ingenuo, vulnerable al bombardeo de medios y de mensajes.

Coincido además con el revestimiento de la ética cívica en la forja de la ciudadanía mediática a través de los valores libertad, responsabilidad, igualdad, solidaridad y respeto activo. Ello complementa aportes sociológicos como los de Frankenberg (2007), que conciben esta dimensión ciudadana desde el culturalismo (la referencialidad de figuras públicas, tradiciones religiosas, expresiones sentimentales, la organización social, los artistas).

Para esculpir esta dimensión mediática de la ciudadanía es conveniente no perder de vista la responsabilidad ciudadana frente a la (des)información. Y esto pasa por la alfabetización mediática o digital, vista como una oportunidad (Fernández García, 2017) y centrada en el ciudadano.

Si los bulos son el único camino para compartir contenido en redes sociales, o solo se otorga validez a lo viral, ¿podría hablarse de ciudadanía? Ciertamente no. Pero esta mirada es pesimista y victimiza a los usuarios. Ahora bien, existe otra vía: la de mantener el empeño de informarse críticamente y la del discernimiento entre lo veraz y lo falso (y lo verosímil), ya sea en medios tradicionales o en redes sociales. Es, precisamente, con el auge del concepto de las *fake news*, que la alfabetización mediática (que lleva más de 30 años promovida por la Unesco), ha renovado el interés en la sociedad.

Aunque Mihailidis (2019) hace un gran esfuerzo por centrar la alfabetización mediática en el ser humano (figura mucho más abstracta, menos política y moral que ciudadano), redundando en la media(tiza)ción, es decir, en los grandes corporaciones mediáticas (noticias positivas, por ejemplo).

Emprender esta reflexión desde el pesimismo tecnológico es negar la realidad de los avances tecnocientíficos; no se trata tampoco de ir al extremo, entonces, del optimismo tecnológico o corporativismo, sino revestirse de un optimismo cívico en el que, partiendo de una condición patente (la tecnología ineludible), el ciudadano crítico y autónomo encara su existencia... ahora también frente a algoritmos.

Así cobra un sentido la formación de la identidad personal y la importancia de una educación ético-cívica, porque podrá dar cuenta de cuestiones como los discursos de odio en las redes sociales (Gracia Calandín & Suárez Montoya, 2023) o el desapego social o personal por lo veraz o, como lo denomina Linares-Peralta “la devaluación de la verdad” (2023).

III. Desinformación y posverdad en la polis venezolana

La falsación de la factualidad noticiosa trae consecuencias que trascienden el quehacer periodístico. Ciertamente atenta contra el *êthos* de la profesión. No es menos cierto que el halo de una mala praxis informativa alcanza a uno de los pilares de la sociedad: el ciudadano. La desinformación se traduce en desorientación, porque ataca la conciencia crítica y la capacidad de tomar decisiones.

Por desinformación podemos entender todo desorden informativo. La Unesco prefiere *desinformación* y desaconseja usar indistintamente *fake news* (Eriton & Posetti,

2020) por cuatro razones: a) evitar validar que una *noticia* pueda ser *falsa*, porque es un oxímoron; b) es un fenómeno mucho más amplio que los bulos (una de las manifestaciones de la desinformación), pues desinformación también es el contenido engañoso, propaganda o información manipulada o errores involuntarios en la creación de la noticia; c) el uso en el discurso político para desacreditar la labor del periodista; y d) el interés ideológico y económico que subyace a la fábrica de *fake news* (Pérez, 2019).

Cuando el ciudadano está mal informado, no toma buenas decisiones. Ello se traduce en mala convivencia social y en una mala elección de gobernantes. Se afecta lo medular de las decisiones: la deliberación. Se resquebraja la opinión pública razonante, crítica y responsable¹. La epísteme cede a la doxa. Y pierde la democracia.

Precisamente, otros síntomas de la desinformación son los discursos de odio y la polarización (Alcaide-Pulido, 2023). No en vano García Marzá llama a la desinformación y a la posverdad “patologías sociales” (2021, p. 199). La desinformación afecta la constitución de nuestra identidad, personal y social; pone en jaque nuestra libertad y nuestra autonomía y el sentido de justicia, porque no necesariamente hay claridad de lo que significa una vida digna. Si no hay verdad no puede discutirse sobre justicia.

Ahora bien, la desinformación puede amplificarse exponencialmente por la tecnología porque propicia la dilución de la realidad y de la verdad² (Núñez, 2018). A juicio de este autor se trata de un mismo fenómeno que siempre ha acompañado al periodismo y a la sociedad, solo que ahora se patenta como 2.0.

La ideologización de la técnica y de herramientas mucho más elaboradas como la inteligencia artificial suponen, empero, retos más desafiantes que los tradicionales. Por ejemplo: los sesgos en los algoritmos, la identificación y el rastreo de lo falso, la penetración de las emociones en el neuromercadeo o la dataficación o el uso de las redes sociales sin ninguna orientación.

A mi juicio, la cuestión no es solo epistemológica, sino también moral. La posverdad impide los acuerdos sociales, porque no persigue la consonancia entre la verdad y la realidad. A diferencia de la desinformación, que concentra en su definición el engaño, la manipulación y la mentira, la posverdad se fija únicamente en la actitud personal y en los sentimientos. La argumentación y el diálogo no tienen, por tanto, cabida en la posverdad.

De allí que, cuando Herreras (2021) pone el acento en el *aprecio* por la verdad por parte de la sociedad, de los medios y de las instituciones, no alude solo a la *adequatio rei intellectus*, sino al valor del consenso a través del diálogo y ello implica el reconocimiento recíproco de los ciudadanos. Es lo que García Marzá llama “la justificación ética de la validez intersubjetiva del valor verdad” (2021, p. 200).

En el caso de Venezuela, es patente la pérdida de la capacidad de construcción de realidad (Hernández, 2021). La razón: opacidad informativa, tanto del Estado-Gobierno-Partido oficialista (da ejemplos de desinformación en medios estatales), como de los medios tradicionales privados (por la censura o por la falta de recursos). Este académico concluye: todos en Venezuela son vulnerables a la desinformación.

En su estudio sobre la pragmática de la posverdad en Venezuela, Torrealba Mesa (2020) amplía los ejemplos de desinformación en la televisión estatal y advierte de vicios periodísticos: falta de contraste de fuentes, no hay independencia, hay

¹ Esta es la *praxis teleia* del periodismo, como defiende Cortina (2004). A mi juicio, no puede limitarse a la profesión ni a los medios, contrario a lo que plantean otros autores como Herreras (2021) sino que se ha de extender a la infoética en general: es deseable que el ciudadano se haga con este horizonte normativo a la hora de crear y compartir información (Suárez Montoya, 2023).

² Núñez emplea «verdad», término con el que estoy en desacuerdo. Yo emplearía veracidad o factualidad para aludir a la correspondencia entre los hechos y sus enunciados.

descontextualización (no se informa del pésimo funcionamiento diario de los servicios públicos, tampoco de la crisis humanitaria), prevalece la orientación ideológica, ausencia de verificación de datos.

“Como consecuencia, las informaciones que fueron publicadas como piezas periodísticas se convierten en espacios de propaganda, en las que predominó la práctica de la posverdad” (2020, p. 61). El análisis de esta autora remarca la indefensión del ciudadano y su pérdida de libertad de expresión y de acceso a la información. Concluye que la propaganda estatal es la manifestación de la posverdad.

Lejos de representar la información, entonces, certidumbre para el venezolano, la certeza (des)informativa es la mentira, la ficción.

El país vive en medio de una ‘fakecracia’, con un gobierno que legitima la propaganda ideológica y se vale de funcionarios alineados en un discurso sesgado de la realidad, en medio de una nación plena en mordazas para ciudadanos y periodistas críticos; pero, además, en un país plagado de mentiras y contenidos engañosos que circulan por las redes sociales. La más clara evidencia empírica de la sentencia anterior es que más de 2.000 unidades de contenido falseado han sido detectadas por el Observatorio Venezolano de Fake News (OVFN) en tres años de trabajo. En promedio, el OVFN detecta no menos de cuatro bulos al día en los medios interactivos. (Hernández, 2022, p. 155)

Esta es una radiografía atinada de la desinformación como política en Venezuela. Sin embargo, tiene un pequeño agujero negro: se concentra en lo sociológico, comunicacional y político. Concibe al ciudadano como víctima de toda esta vorágine en Venezuela. Y tiene razones para concluir así. Ciertamente el ciudadano es víctima. Pero esta perspectiva es, a mi juicio, una lectura insuficiente y se ancla en la facticidad de la desinformación.

Tras décadas de manipulación ideológica y férreo control sobre la emisión y recepción de mensajes, el venezolano deja de ser un ciudadano libre, pues sin libertad de expresión y sin cumplimiento a su derecho a la información, sucumbe a versiones, leyendas y figuras míticas con las cuales intenta explicar, interpretar y sobrevivir a su crisis política, social y económica. (Hernández, 2022, p. 171)

Aunque el razonamiento de estas líneas tiene una base empírica y experiencial vital, no dejan de ser cuestionables: hay una agencia plausible de los ciudadanos ávidos y proactivos para no desfallecer en desinformación y posverdad.

Esta agencia no ha sido eminentemente reflexiva, sino muy práctica: los medios comunitarios o sociales o la comunicación alternativa. Son iniciativas ciudadanas para crear, divulgar y discutir sobre información. Desconcentran así la capacidad mediática privada y estatal.

La desinformación, como arma política en Venezuela, está en el oficialismo y en la oposición. O incluso en los medios tradicionales a través del “golpe mediático”, que se ha dado desde la llegada al poder de Hugo Chávez y sus manifestaciones han sido: la demonización, la caricaturización, la radicalización, la confrontación, los bulos, el sensacionalismo, la falta de fuentes, ideologización (en contra del chavismo) y polarización (Sierra Caballero et al., 2020).

Está claro que es un campo de batalla (Cañizález, 2021). Hay quienes la entienden no como la manipulación revestida de verosimilitud, sino como ausencia misma de información (Durán Reyes, 2021), lo que ha llevado a los ciudadanos de varias comunidades a organizarse en grupos de WhatsApp, filtrar noticias, escuchar noticias en radio y corroborarlas y no divulgar contenido que parezca engañoso.

IV. Iniciativas ciudadanas hacia la *in-formación*

El auge de medios alternativos o comunitarios se debió eminentemente a Chávez. Autores de un bando político u otro coinciden en atribuirle al mandatario este impulso sin precedentes en poner al ciudadano en el centro de la generación y difusión informativa. Porto (2019) defiende la idea de que, al situar los medios sociales en las comunidades, otorgaba capacidad directiva y ejecutiva al ciudadano al plantear ahora una triangularidad en el mapa mediático: frente a los medios privados y al aparataje comunicacional estatal, aparecían los medios comunitarios o sociales. Ello se tradujo en un nuevo orden comunicacional en Venezuela (Canelón-Silva, 2014).

A principios del siglo XXI, cientos de medios comunitarios se crearon y financiaron con dinero del Estado para hacer frente al golpe o guerra mediática (González Martín, 2021). Sea como fuere estos medios alternativos constituyen un ejemplo de polarización. Aunque se trate de “iniciativas” propias de ciudadanos, fueron, a mi juicio, instrumentalizados y forzados a difundir la orientación política del partido de Gobierno. Carecían de autonomía y de independencia.

Algunas iniciativas ciudadanas de la segunda década del siglo XXI para combatir la desinformación y la posverdad, que no están adscritas a partidos políticos han sido:

- Periódicos murales, que consiste en pegar noticias -como hace cinco décadas- en las paredes de sectores muy populares; iniciativas en la que jóvenes han sido protagonistas (Hernández Díaz & Pérez Daza, 2016; Pérez Daza, 2016).
- El bus TV³, un formato informativo en la calle que consiste en el recorrido de periodistas y líderes comunitarios, que se suben a autobuses para informar a los pasajeros (Díaz, 2019).
- ONG y asociaciones civiles dedicadas a la verificación informativa, conocida mundialmente como *fact-checking*. Algunos ejemplos: el primer medio de información dedicado a la verificación: cotejo.info (Torrealba et al., 2021); el Observatorio Venezolano de Fake News (Cañizález et al., 2022) y tienen un barómetro con niveles de falsedad o veracidad; Cocuyo Chequea, el departamento de verificación del medio informativo digital Efecto Cocuyo (Rodríguez & Rangel Barroeta, 2021).

Son muestras verdaderas de una comunicación alternativa, protagonizada por ciudadanos sin más línea editorial que las necesidades patentes de sus comunidades, en medio de escasez de alimentos, precarización (y dolarización no oficial) salarial, persecución política y atrapados en una perenne diatriba política. Son muestras del compromiso cívico, activo, no abstracto.

Lejos de conformarse con la (pos)verdad impuesta, han salido a buscarla, a confeccionar una realidad más digna. Ha habido una *transformación* desde la *in-formación*. Sin duda falta un largo camino.

V. Conclusiones

En tiempos de desinformación y de infoxicación, la verdad (quizás es menester rescatar también la idea de veracidad), las noticias (tanto desde la mirada ontológica como epistemológica e industrial), la opinión pública y, en últimas, la ciudadanía, han resultado vulneradas. La posverdad ha cobrado especial relevancia, porque facilita la polarización al relativizar o (pretender) superar la verdad, lo cual conduce a la desorientación.

³ Esta iniciativa fue finalista en la categoría Innovación en los VI Premios Gabo, de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano Gabriel García Márquez, en 2018. En mayo de 2023, recibió el premio Sophie Scholl, de la Embajada de Alemania en Venezuela, por su compromiso cívico con la democracia.

Lo tradicional es responsabilizar a la tecnologización (techné) en el periodismo, a la ideologización de la técnica, la política y a los medios tradicionales (que hace una década ya no son mayoría en la industria informativa). Poco se repara en la cuota propia por parte de los usuarios. Hay una tendencia muy marcada de entenderlos como sujetos receptores de mensajes, víctimas siempre, nunca responsables.

Para atajar la técnica, han surgido iniciativas plausibles como la alfabetización mediática y el repotenciado fact-checking. Adicionalmente, es necesario rescatar una dimensión digital (y moral) de la ciudadanía, que realce la capacidad crítica y razonante, así como la autoconciencia de la responsabilidad al generar y compartir información y otros valores cívicos como el respeto activo, la intersubjetividad, la multiculturalidad en redes sociales, y elevar el discurso hacia la justicia y el diálogo auténtico.

En Venezuela, precisamente por su realidad sangrante, la ciudadanía no se ha quedado de brazos cruzados. Han salido a buscar su verdad en medio de la censura y la propaganda posverdadera. Esta actitud contrasta, con la narrativa de pasividad, que concibe al ciudadano como mero receptor de mensajes y quien sufre las consecuencias sin poder reflexionar, deliberar ni decidir. Insistir desde la academia en la narrativa de la pasividad es desinformar sobre la agencia y protagonismo ciudadanos.

La agencia ciudadana no se ha fundamentado en un humanismo digital o en una ética cívica ni en una epistemología de la verdad. Es, sin duda, una tarea pendiente para la alfabetización mediática. La agencia ciudadana se ha enrumbado, a mi juicio, hacia una infoética, una praxis ciudadana que entremezcla la ética periodística y una necesidad de verdad, porque la contada por el Estado y por los medios es insuficiente. Esto ha ocurrido, en parte, porque muchos periodistas han retomado su talante cívico (frente a un único ropaje mediático, institucional o político-partidista).

Mi apuesta contrasta también con la tesis de la media(tiza)ción; parte de un enfoque cívico, comunicativo y optimista: el foco no está en la sociología y menos en la mirada político-partidista, como la habermasiana o la lectura escolástica venezolana, tampoco se ancla en el optimismo tecnológico, sino en el optimismo cívico humanista.

La vulnerabilidad ciudadana no ha supuesto una condena perpetua al vasallaje político, social y moral. Al contrario. Por un lado, la alfabetización mediática ha implicado una oportunidad para la forja de la identidad personal del ciudadano a partir de la -nunca mejor dicho- comunicación social, porque se ha entendido que las competencias informacionales son insuficientes si solo se concentran en identificar bulos. Por otro lado, la desinformación, la polarización y posverdad han generado mucha más conciencia sobre el valor de la verdad en un sentido de adecuación, sí, pero también de liberación, de humanismo y creación.

IV. Bibliografía

- Alcaide-Pulido, P. (2023). La lucha contra la desinformación en contextos locales. *[RMD] Revista Multidisciplinar*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.23882/rmd.23145>
- Canelón-Silva, A. R. (2014). Del Estado comunicador al Estado de los medios: Catorce años de hegemonía comunicacional en Venezuela. *Palabra Clave*, 17(4), 1243-1278. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.4.11>
- Cañizález, A. (2021). *Desinformación en Venezuela: Reflexiones en tiempos de pandemia*. Publicaciones UCAB. <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20509/Desinformacio%cc%81n%20en%20Venezuela%20ESP.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cañizález, A., Torrealba, M., & Hernández, L. (Eds.). (2022). *América Latina: Fake news, poder político y desinformación en tiempos de COVID-19* (Primera edición). AB abediciones. <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20510/Fake%20news%20America%20Latina.pdf?sequence=1>
- Conill, J., & Gozávez, V. (Eds.). (2004). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Gedisa.
- Cortina, A. (2004). Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En V. Conill, Jesús; Gozávez (Ed.), *Ética De Los Medios: Una Apuesta Por La Ciudadanía Audiovisual2* (pp. 11-31). Gedisa.
- Díaz, J. (2019). La metamorfosis del periodismo tradicional en Venezuela: Caso venezolano. *#PerDebate*, 3, 160-171. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1515>
- Durán Reyes, M. (2021). Ciudadanos organizados enfrentan la desinformación en Barquisimeto. En A. Cañizález (Ed.), *Cómo se vive la desinformación en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello. <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/handle/123456789/20508>
- Eriton, C., & Posetti, J. (2020). *Periodismo, "noticias falsas" & desinformación: Manual de educación y capacitación en periodismo*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>
- Fernández García, N. (2017). Fake news: Una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, 269, 66-77.
- Frankenberg, L. (2007). Hacia una ciudadanía mediática en la era de la información. *Global Media Journal México*, 4(8). <https://rio.tamtu.edu/gmj/vol4/iss8/2>
- García Marzá, D. (2021). Posverdad. En J. Pizzi & M. S. Cenci (Eds.), *Glosario de patologías sociales* (pp. 199-211). Editorial UFPEL.
- González Martín, O. R. (2021). La Revolución Bolivariana: Una visión de la guerra mediática en su XX aniversario. *Universidad de La Habana*, 291, Article 291. <https://revistas.uh.cu/revuh/article/view/2239>
- Gozávez, V. (2013). *Ciudadanía mediática: Una mirada educativa*. Dykinson.
- Gracia Calandín, J., & Suárez Montoya, L. (2023). The eradication of hate speech on social media. A systematic review. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 23. <https://doi.org/10.1108/JICES-11-2022-0098>
- Hernández Díaz, G., & Pérez Daza, J. (2016). Murales que son valores en diálogo con las comunidades. *Revista Aularia. El país de las aulas*, 5(1), 73-80.
- Hernández, L. (2021). La guerrilla comunicacional en Venezuela y las rutas hacia el "todos desinformados". *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 196 (4º trimestre), 23-28.
- Hernández, L. (2022). Venezuela: Tierra de mentiras, censura y viralizaciones en incertidumbre informativa. En A. Cañizález, M. Torrealba, & L. Hernández (Eds.), *América Latina: Fake news, poder político y desinformación en tiempos de COVID-19*. AB abediciones. <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20510/Fake%20news%20America%20Latina.pdf?sequence=1>
- Herrerías, E. (2021). *Lo que esconde la posverdad. Medios de comunicación y crisis de la democracia*. MRA Ediciones.
- Linares-Peralta, R. (2023). Problema hermenéutico de la posverdad. Sobre la crítica de la interpretación. En J. A. Nicolás & F. García Moriyón (Eds.), *El reto de la posverdad. Análisis multidisciplinar, valoración, crítica y alternativas* (pp. 269-284). Sindéresis.

- Mihailidis, P. (2019). *Civic media literacies: Re-imagining human connection in an age of digital abundance*. Routledge.
- Núñez, R. R. (2018). Los efectos de la posverdad en la democracia. *Revista de Derecho Político*, 103, Article 103. <https://doi.org/10.5944/rdp.103.2018.23201>
- Pérez, C. R. (2019). No diga fake news, di desinformación: Una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40 (Enero-junio), 65-74.
- Pérez Daza, J. (2016). Comunicación alternativa ¿una opción para los jóvenes? *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 176 (4º trimestre), 159-164.
- Porto, J. (2019). Venezuela: Medios comunitarios, movimientos sociales y Estado. *RevCom*, 8, e010. <https://doi.org/10.24215/24517836e010>
- Rodríguez, M. F., & Rangel Barroeta, P. (2021). El fact-checking como práctica de verificación del discurso público en América Latina y Venezuela: Un estado de la cuestión. *Revista Invecom*, 1(1), 116-138. <https://doi.org/10.5281/ri.v1i1.79>
- Sierra Caballero, F., Sola-Morales, S., Sierra Caballero, F., & Sola-Morales, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y sociedad*, 17. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>
- Suárez Montoya, L. (2023). Periodismo automatizado: Del algoritmo a la infoética. En V. Caballero de la Torre (Ed.), *¿Quién dijo que no se puede enseñar filosofía? Apuntes sobre su didáctica* (pp. 219-230). Tirant lo Blanch.
- Torrealba, M., Palacios, M., & Paz, P. E. (2021). Cotejo.info: Estudio y análisis de la experiencia en Fact Checking. *Revista Invecom*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.5281/ri.v1i1.58>
- Torrealba Mesa, L. (2020). Periodismo y posverdad en Venezuela: Uso propagandístico de espacios informativos en Venezolana de Televisión. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 189 (1º trimestre), 55-62.