

**“Campos de guerra informativos: Fake News y Polarización política
en las Américas... y en el resto del mundo”**

***“Champs de bataille de l'information - Fake News et polarisation politique dans
les Amériques... et à l'étranger”***

SYLLABUS - HYSP015 LITRE

Gabriela Litre - 2021



Code du Cours: HYSP015 LITRE

Cours de professeurs invités

Nom: LITRE

Prénom: Gabriela

Mail: gabrielalitre@gmail.com / gabriela.litre@sorbonne-nouvelle.fr

Horario: martes, 12h-14h

Sala: Batiment Recherche Sud - sala RIVET (sexto piso IHEAL).

Idioma del curso: español, aunque la profesora puede comunicarse también en francés, inglés y portugués

DESCRIPTION DEL CURSO / DESCRIPTIF DU COURS

Los medios sociales han contribuido a empoderar a la sociedad civil, pero también han generado alarmantes olas de desinformación que amenazan las democracias y las transiciones sostenibles en los países de América Latina, y en el extranjero (incluyendo la última transición presidencial de EE.UU.).

En Brasil, las fake news, junto con la eliminación sistemática de datos abiertos (*open access*) científicos públicos cuyo acceso debería estar garantizado por ley, se utilizan como arma en el campo de batalla político. Dado que un tercio de los brasileños son "analfabetos funcionales", pero son abrumadoramente activos en las redes sociales, muchos se apresuran a apoyar las campañas de polarización dirigidas por el Gobierno para llevar a cabo medidas anti-ambientales, como el desmantelamiento de los órganos y las multas medioambientales, la reducción de las áreas protegidas para promover la producción de soja y de ganado, y la represión de las ONG conservacionistas y de las organizaciones de derechos de los indígenas y de otras minorías. Ha sido notorio también el uso de fake news/ noticias falsas sobre la pandemia del COVID-19.

Esta situación se repite en todo el mundo, donde las redes sociales, que a menudo incitan a la intolerancia, han fomentado movimientos violentos y la difusión de teorías conspirativas. Además de centrarnos en el lado de la oferta de las noticias falsas (fuentes de fake news/ quién las produce), se invitará a los y las estudiantes a abordar otros ángulos de análisis, como los hábitos de consumo de información (consumidores finales/ *end users*), incluidos los tipos de contenidos más susceptibles de ser *viralizados* (contents) y los medios más utilizados (channels), así como su papel en los procesos de polarización política. Analizaremos también el papel de los medios tradicionales y de la ciencia, intentando explicar por qué muchas veces los datos científicos son ignorados a la hora de verificar fake news.

En particular, analizaremos el papel de las comunicaciones digitales en las nuevas formas de interacción política en las Américas, y en el mundo. El principal estudio de caso será Brasil, quien siguiendo el ejemplo de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, manifestó en las elecciones de 2018 un marcado aumento de la polarización política y la creciente dependencia de las redes sociales como fuente de noticias e información política.

Esta tendencia no se limita a la política electoral, sino que forma parte de una estrategia más amplia que señala una nueva forma de interacción política entre los brasileños y quienes buscan influir en la política, tanto dentro como fuera de las urnas (Harden, 2019). Sin embargo, las elecciones marcaron un claro punto de inflexión. Los candidatos conocedores de las redes sociales dominaron las contiendas políticas: siete *youtubers* (*influencers digitales*) con poco o ningún tipo de formación o acción política previos, obtuvieron escaños en el Congreso brasileño.

Aunque el impacto real de las fake news en los resultados electorales sigue siendo debatido, la desinformación y la desinformación tuvieron un indudable alcance que ganó continuidad a través de la campaña negacionista de Bolsonaro sobre la pandemia del COVID-19, así como la politización del uso de las vacunas anti-COVID. Al igual que en el caso de las últimas elecciones presidenciales de Brasil y de EE.UU., millones de votantes del mundo entero son susceptibles de este tipo de manipulación informativa debido, en gran medida, al arraigado y creciente pesimismo y desconfianza en la política y las instituciones, al auge de la post-verdad, y a asimetrías sociales y económicas subyacentes que fueron potenciadas por la pandemia del COVID-19.

Este curso, que irá de lo teórico (teorías y modelos clásicos de comunicación de masas y de comunicación social) a lo práctico (ejemplos concretos de fake news seleccionados junto con los y las alumnas), analizará las tendencias actuales de la información política (pero también individual) en los campos de batalla de las redes sociales, y alentará a los y las estudiantes a tomar un papel activo frente al tema por medio de la propuesta de alternativas creativas para fortalecer la democracia digital.

Objetivos del curso*:

**Los objetivos indican los contenidos mínimos que las y los estudiantes deberán dominar al final del curso, pero van más allá del contenido: será evaluado también el pensamiento crítico e interdisciplinar (habilidades y capacidad de auto-reflexión).*

1. Analizar, a través de las lentes de las teorías clásicas de la comunicación de masas, el fenómeno de las fake news políticas desde la fase de producción de conocimiento (fuentes de las fake news);
2. Explorar la perspectiva de los contenidos de las fake news (contenidos más o menos "viralizables") en Brasil, EE.UU. y otros casos de estudio seleccionados colectivamente con los estudiantes;
- 3.
4. Entender la perspectiva de los medios de comunicación latinoamericanos (canales, o qué tipos de medios sociales son más populares entre los ciudadanos de la región),
5. Analizar la perspectiva de las audiencias (públicos, que pueden ser más o menos (des)críticos con los contenidos) y proponer alternativas para la alfabetización digital.
6. Desarrollar la capacidad de ser preciso/a y prudente en la evaluación de las pruebas y de comprender y expresar de manera constructiva los puntos fuertes y débiles (controversias fructíferas) de los distintos conjuntos de datos/ argumentos/ teorías.
7. Demostración de interés en el pensamiento interdisciplinar y colaborativo (grupal) extrayendo ideas, preguntas y pruebas a partir de una variedad de perspectivas y visiones del mundo.

Modos de évaluation / Modalités d'évaluation

La participación en clase (lectura crítica de los textos indicados para cada clase y expresión/argumentación oral) implicará el 30% de la nota final. Los/las estudiantes también harán una presentación oral a partir de una investigación grupal (30%), y un ensayo individual final en los que se evaluarán tanto la creatividad (pensar "fuera de la caja") como el rigor científico (40%).

Las y los estudiantes deberán leer antes de la clase uno o dos textos en francés/ inglés/portugués o español por semana (indicado en el programa abajo). En caso de dificultad con alguna de las lenguas de la literatura indicada, serán sugeridas obras similares antes de la clase en cuestión.

El máximo de ausencias permitidas (salvo en casos de enfermedad con certificado médico) es de dos (2) clases sobre 12.

Programa y cronograma / Programme des séances

Clase 1. Martes 21/09/2021: "Nada Nuevo Bajo el Sol? Revisitando las teorías clásicas de la comunicación de masas / Parte 1".

Luego de la presentación de los estudiantes, sus motivaciones y expectativas, y de la profesora, se invitará a los estudiantes iniciar una revisión bibliográfica de las teorías clásicas de la comunicación de masas. Partiremos del hecho que, a pesar de la relativa "novedad" de los medios y redes sociales, no hay mucho nuevo bajo el sol cuando se habla de manipulación de masas (Le Bon, 1895): el uso de la analítica de big data para identificar las preferencias de los usuarios y enviar mensajes a medida a los individuos nos lleva a la idea de la Primera Guerra Mundial de un "flujo de comunicación en un solo paso". Este flujo de comunicación de un

solo paso es, en principio, similar al modelo de la aguja hipodérmica o a las teorías de la bala mágica (Lubken, 2008), que se originaron en el conductismo de los años 30, y que se consideró en gran medida obsoleto durante mucho tiempo. Sin embargo, en la clase siguiente veremos, con Thibault (2006), que la personalización masiva basada en la analítica de los grandes datos ha conducido a un renacimiento de la idea básica.

Textos para discussion en clase:

Le Bon, G. (1895). *Psychologie des foules* (1895). Édition publiée par Félix Alcan, 1905 (la profesora distribuirá los textos).

Mc Quail, D. (2010), *Théorie de la communication de masse de McQuail Introduction* (sixième édition) (la profesora distribuirá los textos).

Alternativa para el libro de Mc Quail (2010):

Burton, H. *Perspectives on Mass Communication: A Conversation with Denis McQuail* (Ideas Roadshow Conversations) eBook : Amazon.in: Kindle Store. (la profesora distribuirá los textos).

Clase 2. Martes 28/09/2021: "Nada Nuevo Bajo el Sol? Revisitando las teorías clásicas de la comunicación de masas / Parte 2".

En la segunda parte de este análisis crítico de las teorías clásicas de la comunicación de masas, analizaremos, a la luz del siglo XXI y de las experiencias de los estudiantes, como teorías de masas de más de nueve décadas de antigüedad despiertan un nuevo interés en nuestros días, pues anticipan de que manera datos masivos se utilizan para enviar mensajes a medida a los individuos. Esto nos devuelve a la idea de un "flujo de comunicación de un solo paso" (Bennet y Manhem, 2006) y a una teoría de la bala mágica del siglo XXI, que tendría la capacidad de la personalización masiva informada por el análisis de big data. Estudios empíricos de otros académicos, por otro lado, han constatado que las plataformas modernas de medios sociales, como Twitter, presentan claras evidencias de un flujo de comunicación en dos pasos (Hilbert et al., 2016; Choi, 2014). Exploraremos como muchos usuarios de las redes sociales obtienen las noticias de personalidades famosos o de otros líderes de opinión amplificadores, quienes a su vez se informan a través de los medios de comunicación de masas o de personas con conocimientos específicos. Finalmente, veremos como la fina huella digital de los medios sociales también sugiere que hay algo más que el flujo de comunicación de un paso o el de dos pasos, lo que lleva a la búsqueda de modelos de flujo multipasos más complejos y basados en distintas estructuras de red (Hilbert et al, 2016; Stansberry, 2012). El filósofo canadiense Marshall McLuhan, por su parte, afirmó en 1964 que "el medio es el mensaje". McLuhan propuso que un medio en sí mismo, y no el contenido que transporta, debería ser el principal foco de estudio. Un ejemplo moderno de esto es Twitter. El límite de 280 caracteres en Twitter obliga a la gente a ser rápida y a ir al grano, sacrificando a menudo mucho contexto.

Textos para discussion en clase:

Castells, M. (2015) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. 2nd Edition. Capítulo seleccionado.

Choi, S. (2014). The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums. *Social Science Computer Review*.

De Fleur, M.L. y Ball-Rockeach, S. (1986) Teorías de la comunicación de masas, 4ª Edición, 1ª Reimpresión, Paidós, Barcelona, 1986, 349 páginas. Traducción de Homero Alsina Thevenet (Edición original: De Fleur, M. L., 1966, Theories of Mass Communication, Longman, Nueva York). Capítulo seleccionado.

Clase 3. Martes 05/10/2021: "Bajo la lupa: Utilizando marcos conceptuales sobre comunicación de masas para analizar noticias falsas. El caso del COVID-19".

Veremos como, a pesar del optimismo inicial de Manuel Castells (1996, 2015) sobre el potencial de las redes sociales para empoderar a la sociedad democrática, estas se han convertido en vehículos de desinformación e incluso de desestabilización institucional. Se invitará a los estudiantes a extraer las claves teóricas de partida para construir en equipo su propio marco conceptual innovador, que será aplicado al contenido de una colección de noticias falsas salud recogidas y comprobadas por respetadas agencias de verificación de hechos en América Latina. En Brasil, por ejemplo, las muestras sugeridas incluirán Agência Lupa y Estadão Verifica, entre otras. En Argentina, se usará [checueado.com](https://www.checueado.com), etc. En África, exploraremos la problemática de la "vaccine hesitancy" (dudas hacia las vacunas contra el virus del COVID) en Camerun por medio de la investigación de noticias falsas realizada por un colega investigador de ese país (Camerun). Esta actividad inicial animará a los estudiantes a explorar los vínculos entre el uso de redes sociales, campañas de desinformación sanitaria y el uso político de partidos políticos o los candidatos. Finalmente, se invitará a los estudiantes a elegir noticias falsas/fake news sanitarias en otras campañas electorales, incluyendo la más reciente de demócratas y republicanos en Estados Unidos.

Textos para discusión en clase:

CORONAVIRUS BRUSSELS (2021). Coronavirus : 4 astuces pour éviter les fake news. <https://coronavirus.brussels/materiel-de-communication/coronavirus-fake-news/>

LE PROGRES (2021). Covid-19 - États-Unis: 12 internautes sont à l'origine de la majorité des fake news en ligne. <https://www.leprogres.fr/sante/2021/08/11/aux-etats-unis-seuls-12-internautes-sont-a-l-origine-de-la-majorite-des-fake-news-en-ligne>

Clase 4. Martes 12/10/2021. "Análisis de Contenido y Análisis del : medio ambiente y derechos humanos como herramientas de campañas electorales"

La clase tiene como objetivo hacer una reflexión sobre dos tipos de análisis utilizados frecuentemente en la investigación cualitativa, algunas veces confundidas como sinónimos: el Análisis del Discurso (Pêcheux, 1993) y el Análisis del Contenido (Bardin, 1977). Expondremos diferencias entre las dos formas de análisis: mientras que el Análisis del Discurso trabaja con el sentido y el contexto del discurso, el Análisis de Contenido describe el contenido (literal) del texto. Vincularemos estos cuadros conceptuales con las teorías de comunicación de masas anteriormente expuestas. Finalmente, los estudiantes serán invitados a participar en una serie de análisis de contenido y de discurso para explorar las tácticas de candidatos presidenciales. Se prestará especial atención a las campañas de destrucción de la reputación de personajes, incluso de activistas medioambientales, sanitarios y de derechos humanos en Brasil y/o en otro país latinoamericano. Además, los estudiantes evaluarán algunas de las conclusiones publicadas por la Comisión de Investigación de Fake News en el Congreso Nacional de Brasil (Ying, 2019).

Texto para discusión en clase:

Ying, X. (2019) Brazilian Congress Creates "Fake News" Inquiry Committee and Elects Chairman. Rio Times Online.

Pêcheux M. Análise automática do discurso (1993). In: Gadet F, Hak T, organizadores. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 2a ed. Campinas (SP): Ed Unicamp; 1993. p.61-105 (versiones en español y en frances disponibles).

Clase 5. Martes 19/10/2021. “Estimulando el pensamiento crítico 1: Son las redes sociales responsables por el aumento del bullying y del cyber-acoso?”

A partir de la serie Taking Sides (Alexander, 2015), editada por Mc Graw Hill, dividiremos el grupo en dos posiciones antagónicas (por sorteo, lo que estimulara a los estudiantes a colocarse en el lugar del otro y a argumentar y fundamentar posiciones). Analisaremos dos trabajos: el de Penny A. Leisring, en el que la autora analiza los efectos negativos del uso de la tecnología online para acosar a alguien (Leisring, 2009), y explica como el uso de las redes sociales, el correo electrónico, los sistemas de GPS, el spam de los teléfonos móviles y el identificador de llamadas pueden utilizarse para crear un entorno amenazante u hostil para aquellas personas que los utilizan con fines antisociales. La autora también aborda las situaciones que se prestan con más frecuencia a estos usos indeseables de la tecnología de la comunicación, como en la ruptura de relaciones afectivas, las relaciones abusivas o los comportamientos e interacciones simplemente hostiles en contextos políticos. En una posición antagónica, los investigadores Amanda Lenhart et al. del Pew Internet & American Life Project (Lenhart et al, 2011) sugieren que la intimidación y el acoso también se dan en contextos de comunicación cara a cara, incluso con más frecuencia que en en las redes sociales y otros formatos online. Los investigadores contextualizan y matizan el tema, demostrando por ejemplo que los jóvenes, en particular, también pueden utilizar los servicios en línea para las interacciones amables y de apoyo social. Las conclusiones del equipo de investigación de Lenhart sugieren que los jóvenes utilizan las redes sociales en línea por diversas razones, y los datos que muestran indican que, aunque puede haber algunas situaciones en las que se produzca intimidación y acoso, las cifras indican que, en general, la intimidación y el acoso en línea no son un problema tan grande como predice Leisring. Antes del final de la clase, presentación del debate siguiente, y sorteo de nuevos grupos.

Textos para discusión en clase (otros textos pueden ser sugeridos por los y las alumnas):

Leisring, P.A. (2009). Stalking Made Easy: How Information and Communication Technologies Are Influencing the Way People Monitor and Harass one Another”, en Lang, P. (2009) The Culture of Efficiency.

Lenhart, A. et al. (2011). Teens, Kindness and Cruelty on Social Network Sites: How American Teens Navigate the New World of 'Digital Citizenship'", Pew internet.org.

Clase 6. Martes 26/10/2021. “Estimulando el pensamiento crítico 2: Al final, a quién culpar por la viralización de fake news?”.

Dependiendo del número de estudiantes en el curso, se formaran entre 2 y 4 grupos, cada uno integrado por miembros en favor y en contra de una hipótesis, por sorteo. La dinámica será idéntica a la de la clase anterior. Sin embargo, en este caso, serán los propios estudiantes quienes deberán traer sus propios elementos que permitan fundamentar sus posiciones, con la ayuda de la profesora.

- Grupo Produccion / Hipótesis: Los políticos son más propensos a **generar o fomentar** la *viralización* de las noticias falsas/ fake news (SI - NO)
- Grupo Usuarios Finales / Hipótesis: Los usuarios son los más predispuestos a **recibir y/o compartir** noticias falsas de forma acrítica (SI-NO)
- Grupo Contenidos / Hipótesis: Son los **mensajes/ contenidos los que provocan** la *viralización* de fake news, independientemente de su medio de transmisión (SI-NO)

- d. Grupo Medios / Hipótesis: La responsabilidad por la propagación de fake news debe recaer en **los medios** de comunicación (prensa tradicional y redes sociales), **el gobierno** e incluso los **científicos**, que no saben cómo producir información de calidad (SI-NO).

Textos para discusión en clase:

Flores Vivar, J. M. (2019). "Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots". Doxa Comunicación, 29. Disponible en: DOI: [10.31921/doxacom.n29a10](https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10).

Flores Vivar, J.M. (2021). "Las fake news siempre han existido, pero hoy en día se han visto catapultadas por las redes sociales". OTRI. Unidad de Cultura Científica y de Divulgación – Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: https://www.ucm.es/data/cont/docs/1334-2020-01-29-2020_01_not3.pdf

Clase 7. Martes 02/11/2021 - No hay clases (feriado)

Clase 8. : "(I)responsabilidad y redes sociales: estudios de caso".

Los estudiantes compararán las implicaciones éticas del papel de las redes sociales en el Movimiento de los Black Blocks de 2013 en Brasil con otros movimientos sociales de todo el mundo, como la Primavera Árabe, el Movimiento 15 de Mayo en España y el Movimiento Cinco Estrellas en Italia, entre otros, y analizarán el creciente uso de los medios sociales para alimentar las campañas de odio. Podrá compartirse material documental, publicaciones, etc., propuestas por los propios alumnos y con previo acuerdo con la profesora. Este análisis conjunto, que incluirá también reflexiones éticas, permitirá a los estudiantes identificar las líneas de acción prioritarias en materia de alfabetización digital ciudadana y de responsabilidad gubernamental, no sólo en Brasil, sino también en otros países. Esto implicará no solamente el papel de los sectores públicos, sino también el de las empresas privadas: en la India, por ejemplo, WhatsApp se ha convertido en un importante canal para el discurso de odio y las historias falsas, mientras que el gobierno indio exige cambios en la app de mensajería propiedad de Facebook (Mc Laughlin, 2018). A partir de los casos elegidos y debatidos de manera colectiva, cada estudiante iniciará la redacción de un trabajo individual, en el que elegirá algunas de las hipótesis debatidas en las clases 6 y 8 (estimulando el pensamiento crítico) y las desarrollan en sus ensayos individuales.

Textos para discusión en clase:

Mc Laughlin, T. (2018). How WhatsApp Fuels Fake News and Violence in India. Wired.

Faris David M, (2012) « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux », *Politique étrangère*, 2012/1 (Printemps), p. 99-109. DOI : 10.3917/pe.121.0099. URL : <https://www.cairn.info/revue-politique-etrangere-2012-1-page-99.htm>

Clase 9. Martes 09/11/2021. Preparando el camino para la democracia digital: propuestas por sectores sociales

¿Cómo podrían la ciencia, los líderes sociales u otras fuentes de información desempeñar un papel eficaz para contrarrestar las noticias falsas en América Latina, y en el resto del mundo? Numerosos estudios señalan que la mera presentación de evidencias científicas consistentes sobre temas socioambientales, de salud o de derechos humanos a los tomadores de decisiones (incluyendo a legisladores) no significa que estos conocimientos científicos serán incorporados a una determinada política pública, porque las relaciones políticas suelen estar permeadas por conflictos partidarios, convicciones ideológicas, influencia de intereses privados y disponibilidad presupuestaria (Donadelli, 2016). Además de centrarse en el lado de la oferta y la producción de contenidos veraces, las políticas para fomentar una verdadera democracia digital deben abor-

dar también los hábitos de consumo de la información. En este sentido, luego de una presentación teórica sobre la democracia digital, se crearán grupos de trabajo que abordarán algunos de los temas siguientes:

- ¿Existe alguna manera de contribuir a la educación de los ciudadanos y ciudadanas para que hagan un uso crítico de la información disponible?
- Cómo promover nuevos hábitos de consumo de información?
- Cómo evitar los discursos del odio y el ciber-acoso?
- Proponer medidas para crear para estimular que las redes sociales estén al servicio de la democracia directa y de un debate constructivo.

Los y las estudiantes diseñarán y propondrán estrategias de comunicación a medida para alcanzar estos objetivos, eligiendo alguno de los siguientes roles sociales (un rol por grupo): grupo de políticos/as/ tomador de decisión/ grupo de representantes de una ONG; editor/a de un medio de prensa tradicional (un diario, por ejemplo); influencer (de Youtube, por ejemplo); madre/padre de familia; profesor/a; joven estudiante/ funcionario/a de un organismo internacional/ empresario/a de redes sociales (dueños de Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, etc.); representantes de minorías raciales, étnicas, de género, etc.

Textos para discusión en clase:

UNESCO. Journalism, "Fake News" and Disinformation Handbook. Disponible en: <https://en.unesco.org/node/296002> (version en Frances y Espagnol disponible).

Clases 9 y 10 (Martes 16/11/2021 y Martes 23/11/2021) Presentaciones de los trabajos individuales y evaluación cruzada/ debate.

Clase 11 (Martes 30/11/2021) Presentaciones de los trabajos grupales sobre democracia digital y votación de las dos (2) propuestas más originales/ con mayor potencial transformador.

Clase 12. (Martes 07/12/2021). Evaluación colectiva del curso y propuesta de temas para futuras investigaciones.

Clase 13 (reposición de la clase 7 - feriado). Martes 14/12/2021: Reuniones individuales no obligatorias. La profesora estará disponible para responder dudas y aclarar preguntas sobre las calificaciones, etc.

Bibliografía preliminar (los y las alumnos podrán sugerir textos adicionales)

Bardin L. (1977) *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Berger, A. A. (1995). *Essentials of Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication.

Burton, H. *Perspectives on Mass Communication: A Conversation with Denis McQuail (Ideas Roadshow Conversations)* eBook : Amazon.in: Kindle Store.

Castells, M. (2015) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. 2nd Edition

Castells, M. (1996) *The Rise of Networks Society*, Londres, Basic Blackwell, 1996 (voir le tome 2 de la version française «L'ère de l'information»: Le pouvoir de l'identité, Paris, Fayard, 1999)

Choi, S. (2014). The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums. *Social Science Computer Review*

Croteau, D. & Hoynes, W. (1997). "Industries and Audience". Media/Society. London: Pine Forge Press.

De Fleur, M.L. y Ball-Rockeach, S. (1986) Teorías de la comunicación de masas, 4ª Edición, 1ª Reimpresión, Paidós, Barcelona, 1986, 349 páginas. Traducción de Homero Alsina Thevenet (Edición original: De Fleur, M. L., 1966, Theories of Mass Communication, Longman, Nueva York).

Davis, D.K. & Baron and S.J. (1981). Mass Communication and Everyday Life: A Perspective on Theory and Effects (19-52). Belmont: Wadsworth Publishing/

Della Porta, D., Rutch, D. Comparative environmental campaigns : special issue, Mobilization (San Diego, Calif.), (2002-02)vol.7:nº1, p.1-95

Donadelli, F. (2016) Reaping the seeds of discord: advocacy coalitions and changes in Brazilian environmental regulation. PhD thesis, (LSE)

Esteves, B. (2019) The Environment as an Obstacle: The Declared war and the veiled war between the Bolsonaro government and the forces resisting deforestation.

Fajardo, V. (2018). Como o analfabetismo funcional influencia a relação com as redes sociais no Brasil. BBC News Brasil

Faris David M, (2012) « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux », *Politique étrangère*, 2012/1 (Printemps), p. 99-109. DOI : 10.3917/pe.121.0099. URL : <https://www.cairn.info/revue-politique-etrangere-2012-1-page-99.htm>

Ferreira, P. (2018) O primeiro passo é ter senso crítico e questionar', diz educador sobre combate a notícias falsas/ Gallup (2018). Brazilians Face Confidence Crisis Ahead of Election.

Flores Vivar, J. M. (2019). "Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots". Doxa Comunicación, 29. Disponible en: DOI: [10.31921/doxacom.n29a10](https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10).

Flores Vivar, J.M. (2021). "Las fake news siempre han existido, pero hoy en día se han visto catapultadas por las redes sociales". OTRI. Unidad de Cultura Científica y de Divulgación – Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: https://www.ucm.es/data/cont/docs/1334-2020-01-29-2020_01_not3.pdf

Guardian, The (2019) Hundreds of new pesticides approved in Brazil under Bolsonaro.

Katz, E, Lazarsfeld, P.F. (1955). Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communication's.

Harden, C. (2019) Brazil Fell for Fake News: What to Do About It Now? Blog Post, Wilson Center's Brazil Institute.

Hilbert, M., Vasquez, J., Halpern, D. Valenzuela, S., & Arriagada, E. (2016). One Step, Two Step, Network Step? Complementary Perspectives on Communication Flows in Twittered Citizen Protests. Social Science Computer Review.

Le Bon, G. (1895). Psychologie des foules (1895). Édition publiée par Félix Alcan, 1905.

Leisring, P.A. (2009). Stalking Made Easy: How Information and Communication Technologies Are Influencing the Way People Monitor and Harass one Another", en Lang, P. (2009) The Culture of Efficiency.

Lenhart, A. et al. (2011). Teens, Kindness and Cruelty on Social Network Sites: How American Teens Navigate the New World of 'Digital Citizenship'", Pew [internet.org](https://www.pewinternet.org/).

Lubken, D. (2008). Remembering the Straw Man: The Travels and Adventures of Hypodermic Theory. In D. W. Park & J. Pooley (Eds.), *The history of media and communication research: contested memories*: Peter Lang Publishing.

Mc Laughlin, T. (2018). How WhatsApp Fuels Fake News and Violence in India. *Wired*.

McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*, Routledge, London.

Mc Quail, D. (2010), *Théorie de la communication de masse de McQuail Introduction* (sixième édition).

Pêcheux M. Análise automática do discurso (AAD-69). In: Gadet F, Hak T, organizadores. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 2a ed. Campinas (SP): Ed Unicamp; 1993. p.61-105 (versiones en español y en frances disponibles).

Risse-Kapen.T. (2000), "Let's argue !" : communicative action in world politics. *International Organization*, (Winter) vol.54:n°1, pp.1-39

Stansberry, K. (2012). One-step, two-step, or multi-step flow: the role of influencers in information processing and dissemination in online, interest-based publics. PhD Dissertation .University of Oregon.

Severin, W. J. and Tankard, J.W. (1979). *Communication Theories -- Origins, Methods and Uses*. New York: Hastings House

Sproule, J. M. (1989). Progressive Propaganda Critics and the Magic Bullet Myth. *Critical Studies in Mass Communication*, 6(3), 225-246

Tardáguila, C.; Benevenuto, F., Ortellado, P. (2018) "Fake News Is Poisoning Brazilian Politics. WhatsApp Can Stop It". *The New York Times*, Opinion Article.

Thibault, G. (2016). Needles and Bullets: Media Theory, Medicine, and Propaganda, 1910-1940. In K. Nixon & L. Servitje (Eds.), *Endemic: Essays in Contagion Theory* (pp. 67–91). Basingstoke: Palgrave Macmillan

UNESCO. Journalism, "Fake News" and Disinformation Handbook. Disponible en: <https://en.unesco.org/node/296002> (version en frances y en espanol disponible).

Ying, X. (2019) Brazilian Congress Creates "Fake News" Inquiry Committee and Elects Chairman. *Rio Times Online*