

Partidismo: ¿el verdadero aliado de las *fake news*? Un análisis comparativo del efecto sobre la creencia y la divulgación

Partisanship: the true ally of fake news? A comparative analysis of the effect on belief and spread

João Pedro Baptista. Universidade da Beira Interior, Portugal

joao.pedro.baptista@ubi.pt

[CV]  

Elisete Rodrigues Correia. Instituto Superior Técnico da Universidade de Lisboa, Portugal

ecorreia@utad.pt

[CV]  

Anabela Gradim Alves. Universidade da Beira Interior, Portugal

agradim@ubi.pt

[CV]  

Valeriano Piñeiro-Naval. Universidad de Salamanca, España

vale.naval@usal.es

[CV]  

Este artículo forma parte del trabajo desarrollado en el marco de una beca de doctorado, financiada por la Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) (Ref.: SFRH/BD/145497/2019) de Portugal. Inicio de la investigación: 01/03/2020. Término de la investigación: 31/09/2021.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A & Piñeiro-Naval, V. (2021). Partidismo: ¿el verdadero aliado de las *fake news*? Un análisis comparativo del efecto sobre la creencia y la divulgación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 23-47. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1509>

RESUMEN

Introducción: Tras la recomposición del parlamento portugués con la aparición de la derecha radical, este estudio explora la influencia de la orientación partidista en la creencia y difusión de *fake news*. **Metodología:** Se recurrió a una muestra exploratoria ($N = 712$), cuyos participantes fueron expuestos a 20 titulares políticamente sesgados (pro-derecha y pro-izquierda): la mitad *fake news* y la otra mitad noticias verdaderas. Los participantes evaluaron su credibilidad y voluntad de compartirlas en las redes sociales. **Resultados:** Es más probable que los partidarios de derecha creen y compartan *fake news* compatibles. Esta tendencia se verificó en todos los parámetros de medición del partidismo —(1) intención de voto, (2) simpatía partidaria y (3) autoubicación en la escala I-D—, en contraste con lo revelado con los partidistas de izquierda. **Discusión y conclusiones:** Solo los partidarios de derecha muestran una tendencia a creer más en *fake news* que favorecen su orientación. No ocurre lo mismo con los individuos de izquierdas. Sin embargo, es más probable que tanto los partidarios de derecha como de izquierda compartan contenido sesgado. Creemos que las

personas con identidad de partido de derecha pueden estar más expuestas a la desinformación en Portugal, ya que la mayoría de los sitios de desinformación buscan esta audiencia específica.

PALABRAS CLAVE: Fake news; Noticias; Desinformación; Partidismo; Polarización política; Derecha; Izquierda.

ABSTRACT

Introduction: After the recomposition of the Portuguese parliament with the emergence of the radical right, this study explores the influence of partisan orientation on the belief and dissemination of fake news. **Methodology:** An exploratory sample was used (N = 712), whose participants were exposed to 20 politically biased headlines (pro-right and pro-left): half fake news and the other half true news. Participants evaluated their credibility and willingness to share them on social media. Results: Right-wing supporters are more likely to create and share compatible fake news. This trend was verified in all the measurement parameters of partisanship ((1) voting intention, (2) partisan sympathy and (3) self-placement on the I-D scale), in contrast to what was revealed with left-wing partisans. **Discussion and conclusions:** Only right-wing supporters show a tendency to believe more in fake news that favors their orientation. The same is not the case with left-wing individuals. However, both right-wing and left-wing supporters are more likely to share biased content. We believe that people with a right-wing party identity may be more exposed to disinformation in Portugal, as most disinformation sites seek this specific audience.

KEYWORDS: Fake news; News; Disinformation; Partisanship; Political polarization; Right-wing; Left-wing.

CONTENIDO

1. Introducción. 2. Partidismo y creencia en *fake news*. 3. La reorganización del sistema de partidos portugués. 4. Metodología. 4.1. Procedimientos. 4.2. Partidismo. 4.3. Análisis estadístico. 5. Resultados. 5.1. Relación entre la intención de voto (I-D), la creencia y la voluntad de compartir noticias y *fake news*. 5.2. Relación entre la intención de voto (por partido) y la creencia y la voluntad de compartir noticias y noticias falsas. 5.3. Asociación entre autoubicación en la escala política de izquierda-derecha, simpatía partidista, consumo y difusión de *fake news*. 6. Discusión y Conclusiones. 7. Referencias Bibliográficas

1. Introducción

Si bien siempre ha existido la creación y difusión de *fake news*, especialmente para lograr objetivos políticos e ideológicos (Burkhardt, 2017), fue con las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 cuando el fenómeno comenzó a ganar cobertura mediática (Wendling, 2018), habiéndose convertido en una amenaza global. Por un lado, la amplia difusión de *fake news* amenaza al periodismo, ya que desacredita la profesión al transformarse en un competidor más en la red y reducir la autoridad de la práctica periodística como constructora de conocimiento (Russell, 2019; Waisbord, 2018). Por otro lado, las noticias falsas han contribuido al deterioro de la democracia, normalizando la mentira en el discurso político y sirviendo como un instrumento de batalla política que ha contribuido a la ruptura de la confianza pública en las instituciones (Fernández, 2019).

Las *fake news* contemporáneas son un tipo de desinformación en línea que imita el formato de las noticias o informaciones tradicionales, creado intencionalmente para engañar o manipular al lector con declaraciones engañosas y/o totalmente falsas (Baptista y Gradim, 2020a). La literatura reciente apunta al caos actual de la comunicación pública (desconfianza en las instituciones, polarización política, redes sociales, desconfianza en los medios) como una justificación para el surgimiento de la era de la posverdad (Bennett y Livingston, 2018; Lewandowsky et al. 2017).

En 2016, se estima que el 75% de los estadounidenses pueden haber creído historias falsas (Silverman y Singer-Vine, 2016). Silverman et al. (2016) revelaron una serie de páginas y sitios políticos ultrapartidistas en Facebook, a través de los cuales se difundió información falsa, engañosa y sesgada a miles de seguidores, replicada sucesivamente a través de las redes sociales. Posteriormente, en 2020, durante las elecciones estadounidenses, Donald Trump, aún como presidente de los Estados Unidos, difundió información falsa y engañosa durante el recuento de votos (Conger, 2020; Dean, 2020; Dilanian, 2020) al aseverar que este fue fraudulento, lo que contribuyó a que sus seguidores aceptaran una creencia falsa (Pennycook y Rand, 2021).

Estas sucesivas manipulaciones de la verdad, en diversos contextos, están acelerando el declive de la confianza pública en las distintas instituciones democráticas; a saber, en el periodismo, siendo la integridad de los periodistas blanco de agresiones físicas e infamias en varios países (Bennett y Livingston, 2018; MMF, 2021). Aun así, en 2020, los portugueses, junto con los finlandeses, fueron los que más confiaron en las noticias (56%), valor superior a la media internacional (37%) (Cardoso et al. 2020). Asimismo, 7 de cada 10 portugueses reconocen que el periodismo juega un papel importante para la sociedad, un dato que puede estar relacionado con la neutralidad político-ideológica y partidista de los medios portugueses a lo largo de los años, que ha permitido que los medios tradicionales se asocien a la profesionalidad, colocándolos fuera del ámbito del control político (Da Silva et al. 2017; Fishman, 2011; Hallin y Mancini, 2017). Sin embargo, Portugal cumple con la tendencia de creciente desconfianza en las noticias que se ha observado a nivel mundial, con la confianza cayendo del 65,6% (2016) al 56,5% en 2020 (Cardoso et al., 2020). Por otro lado, los portugueses se encuentran entre los más preocupados por la desinformación online (76%), solo superados por los brasileños (88%) en este ranking. La media internacional se sitúa en el 56%, y los holandeses, eslovacos y alemanes son los menos preocupados (Cardoso et al. 2020). En Portugal, de manera similar a lo que viene ocurriendo en otros países, los sitios de desinformación están creciendo y ganando más seguidores, especialmente en Facebook (Cardoso et al. 2019; ISCTE, 2019; Pena, 2018a, 2018b, 2019b), mientras continúan con la difusión de falsedades durante las elecciones, especialmente contra el gobierno de izquierda portugués y producidas por la extrema derecha (Baptista y Gradim, 2020b).

La literatura ha aportado una serie de explicaciones, de carácter psicológico, como motivos de la difusión y consumo de este tipo de contenidos: por las fuertes emociones y sentimientos que provocan (Albright, 2017; Berger y Milkman, 2012; Bright, 2016), y también porque explotan prejuicios o simpatías sociales, políticos y públicos (Fragó et al., 2020; Van Bavel y Pereira, 2018). Los seres humanos tienden a aceptar más fácilmente argumentos que confirman sus creencias ideológicas y partidistas (Deppe et al. 2015; Gorman y Gorman, 2016), permitiendo que sus comportamientos y actitudes se vean claramente influenciados por su afiliación política. Además, la identidad partidista también influye en el comportamiento como, por caso, en la argumentación de los usuarios en las redes sociales (Ordaz et al., 2016). Además, la concordancia ideológico-partidista los motiva a buscar contenido “informativo” compatible con su visión del mundo (opinión, valores o creencias), aunque sea falso (Lee et al., 2019). Esta “homofilia” inherente a la mente humana, replicada en el universo digital, juega un papel crucial en la definición del comportamiento algorítmico de las redes sociales, creando cámaras de eco y/o burbujas de filtro (Flaxman et al., 2016; Lorenz-Spreen et al., 2020; Pariser, 2011) que no solo limitan al usuario a opiniones homogéneas, sino que también pueden promover la difusión de desinformación y la polarización política de los individuos.

Habiendo identificado el problema social y político que representan las *fake news* y la desinformación en general, el objetivo principal del presente trabajo es comprender la relación entre

el partidismo y la creencia y difusión de *fake news* y noticias en Portugal. Creemos que esta investigación, aplicada al electorado portugués, es un aporte original y relevante a la literatura actual, claramente centrada en el escenario americano. Además, las noticias falsas en Portugal aún requieren de una mayor investigación. Con el creciente incremento de los populismos políticos (Fernández García y Salgado, 2020; Santana-Pereira y Cancela, 2021), así como el aumento de la cantidad de sitios de desinformación, amenazas a periodistas y un discurso racista y violento en el país (Alberti, 2020), consideramos que es el momento crucial para intentar comprender la relación que existe entre el consumo de noticias falsas y la identidad partidista. En suma, se espera que este estudio pueda señalar cuál de los dos grupos (con identidades de partido de izquierda o derecha) puede ser más tendente a creer y difundir *fake news*, y cómo el sesgo de partido influye en la forma en que juzgan las noticias y el contenido falso.

2. Partidismo y creencia en *fake news*

La forma en que procesamos la información ha sido un tema ampliamente abordado en el campo de la psicología, especialmente en lo que respecta a la capacidad cognitiva (Deppe et al., 2015; Pennycook y Rand, 2019; Roets, 2017). Los individuos con menores niveles de capacidad cognitiva, es decir, con interpretaciones más intuitivas, menos escépticas y asociadas a un esfuerzo menor, se correlacionan positivamente con una mayor tendencia o vulnerabilidad a creer en información dudosa y falsa, como es el caso de las *fake news* (Deppe et al., 2015; Pennycook y Rand, 2019; Roets, 2017). Por ejemplo, en el escenario estadounidense, los conservadores son menos calculadores que los liberales (Deppe et al., 2015; Jost et al., 2003; Swire et al., 2017) y es más probable que crean y compartan *fake news* (Pennycook y Rand, 2019). Por otro lado, el razonamiento motivado (como la identidad partidista) también ha sido uno de los factores más influyentes en la valoración de la información (Van Bavel y Pereira, 2018) y la formación de la opinión pública (Bolsen et al., 2014; Leeper y Slothuus, 2014), cambiando el juicio y el comportamiento político de las personas. Esta motivación ideológico-partidista, también relacionada con los aspectos cognitivos, promueve la protección de opiniones, creencias y valores preexistentes, motivando una interpretación sesgada de los asuntos políticos, incluso cuando se corrige la información falsa (verificación de hechos) (Shin y Thorson, 2017).

En este sentido, Faragó et al. (2020) mostraron que los partidarios de las políticas gubernamentales en Hungría eran más susceptibles a la creencia en *fake news* frente a los más críticos con el gobierno, y viceversa. En la escena política estadounidense, una vez más, Uscinski et al. (2016) argumentan que los republicanos tienden a rechazar la teoría de que el presidente Bush fue cómplice de los ataques terroristas del 11 de septiembre, mientras que es más probable que los demócratas la crean. Lo mismo ocurre, a la inversa, con la falsa teoría de que el presidente Obama no nació en Estados Unidos. Otros estudios también han apoyado esta perspectiva, al reparar en que la identidad de partido puede influir tanto en las personas de izquierda como en las de derecha (Allcott y Gentzkow, 2017; Nyhan y Reifler, 2010; Pereira y Van Bavel, 2018; Uscinski et al., 2016). Con respecto a las noticias falsas no políticas, por caso, Pereira y Van Bavel (2018) sostienen que los republicanos son más propensos a compartir *fake news* en comparación con los demócratas.

En general, los individuos de derecha, especialmente de extrema derecha parecen más vulnerables a las *fake news* tanto en creencias como en difusión (Baptista y Gradim, 2020a; Halpern et al., 2019; Lewis y Marwick, 2017; Marwick, 2018; Recuero y Gruzd, 2019). Por un lado, la desinformación online se vincula con una visión conservadora y extremista, asociada a medidas radicales contra la corrupción (Baptista y Gradim, 2020b; ISCTE, 2019), las minorías sociales, sexuales y raciales o la inmigración y el Islam (Câncio, 2020; Humprecht, 2019). Por otro lado, la narrativa populista de derecha se asemeja a la narrativa persuasiva que se repite en las *fake news* (Baptista, 2020). Cabe

señalar que la derecha radical etiquetó como “noticias falsas” aquellas que no favorecían a su líder político ni a sus ideologías. La legitimidad periodística fue entonces cuestionada no solo por el discurso de Trump en los Estados Unidos, sino también por la derecha alemana radical (por ejemplo, por el movimiento anti-refugiados PEGIDA: Patriotas Europeos contra la Islamización de Occidente y el partido Alternativa para Alemania) (Brauck et al., 2016). En Portugal, la derecha radical portuguesa también ha amenazado a periodistas [1], un hecho que puede estar asociado a la difusión y consumo de desinformación online (Pena 2018b, 2018a, 2019; Cãncio 2020; Baptista y Gradim, 2020b), la actividad de las milicias digitales y la actuación masiva de perfiles falsos que buscan imponer la ideología del partido *Chega* (Carvalho, 2020b; Silva, 2020).

3. La reorganización del sistema de partidos portugués

Hasta las anteriores elecciones legislativas portuguesas (2019), la mayoría de los partidos que tenían representación parlamentaria (los más relevantes para el sistema de partidos, Sartori, 2005), existía desde la instauración de la democracia, hace más de 40 años. Esto demuestra que hubo una rápida consolidación del sistema de partidos, ya que su período de formación se refiere a los años inmediatamente posteriores a la Revolución de 1974. La dicotomía izquierda y derecha ha servido para enmarcar un sistema político multipartidista, con alternancia de gobierno entre dos partidos moderados: Partido Socialista (PS), de centroizquierda, y Partido Social Demócrata (PSD), de centroderecha, salvo algunas coaliciones entre el PSD y el Centro Democrático Social-Partido Popular (CDS-PP) del ala más a la derecha (Jalali y Cabral, 2003; Lisi, 2016, 2019). El sistema político se constituía, pues, por la izquierda radical tradicional (y más conservadora) del Partido Comunista Portugués (PCP) (Freire, 2017; March, 2012; Pereira, 2016), la nueva izquierda del “Bloco de Esquerda” (BE) (Lisi, 2013) y, más recientemente, “Pessoas-Animais-Natureza” (PAN) vinculados a la causa animal y ambiental (Catarino, 2017); en el centroizquierda el PS, el centroderecha por el PSD (Guedes, 2012, 2016) y a la derecha, en el ala más conservadora, el CDS-PP (Jalali y Cabral, 2003; Lisi, 2016, 2019).

En 2019, tres nuevos partidos de reciente creación se unieron al sistema político portugués. El Partido Livre (L) a la izquierda, la Iniciativa Liberal (IL) y *Chega* (CH) a la derecha. Por tanto, Livre parece ocupar una izquierda libertaria, europeísta y en la línea ideológica del Green New Deal (Fernandes y Magalhaes, 2020); IL se erige en partido de derecha liberal en términos económicos y sociales (Fernandes y Magalhaes, 2020; Lisi, 2019), pero sobre todo con un enfoque especial en la desregulación del mercado, la privatización y la reducción del papel del Estado en la agenda económica (Jalali et al., 2021). Por último, el surgimiento del CH termina con la excepción, que se ha observado hasta entonces en Portugal, del fracaso de los partidos políticos populistas y antisistema (Carreira da Silva y Salgado, 2018), haciendo que la derecha radical logre una visibilidad nunca vista hasta entonces (Costa, 2011; de Almeida, 2015). La representación parlamentaria de *Chega*, incluso con un solo diputado, representó el surgimiento de la derecha populista radical en Portugal (Lisi et al., 2021; Mendes y Dennison, 2020), que puede tener que ver con el pobre desempeño electoral no solo de los partidos centristas, sino también de los partidos de derecha (Lisi et al., 2021). *Chega* se asemeja a otros partidos de la derecha radical, como Vox, en España, especialmente en el tratamiento de asuntos como la inmigración y el islam (Mendes y Dennison, 2020). Si hasta las elecciones legislativas anteriores, PS y PSD recibieron la etiqueta de “partidos *catch-all*”, por la forma en que se han mantenido en el poder y buscan maximizar los votos (Belchior, 2015; Jalali y Cabral, 2003), CH tiene el objetivo de “capturar el mayor número de personas descontentas en todo el espectro político y la abstención” (Marchi, 2019), con una narrativa antisistema que movilice a los votantes de todos los partidos (Lisi et al., 2021) y un programa que defienda sentencias más duras para delitos más graves y una mayor seguridad (Fernandes y Magalhaes, 2020; Mendes y Dennison, 2020).

De esta forma, el sistema de partidos portugués sufrió una reformulación de todo el espectro político, pero con especial énfasis en la derecha. Aun así, la representación de partidos pequeños no parece afectar, por el momento, a la hegemonía de los partidos del arco de gobernanza (Lisi et al., 2021).

4. Metodología

Para lograr los objetivos propuestos al inicio del trabajo, se recurrió a la aplicación de un cuestionario que buscaba conocer la capacidad del electorado portugués para distinguir las *fake news* de las noticias, expresando su opinión sobre el nivel de credibilidad de los titulares presentados y su voluntad de compartir estas informaciones con sus amigos. Se envió un cuestionario auto-administrado y en línea a portugueses mayores de 18 años. La muestra final se compone de 712 participantes de todas las regiones del país y estuvo disponible durante seis meses (entre marzo y septiembre de 2020). Este estudio continúa la investigación iniciada por Baptista et al. (2021). Por tanto, analizamos a los mismos participantes (N = 712). Sin embargo, el presente análisis se centra en una parte diferente del cuestionario en relación con la identidad de los encuestados y la orientación partidista. En el estudio anterior (Baptista et al., 2021), los participantes fueron clasificados ideológicamente de acuerdo con sus actitudes y valores morales, religiosos, sociales y socioeconómicos. En la presente investigación buscamos entender cómo el partidismo —(1) intención de voto, (2) simpatía por el partido y (3) autoubicación en la escala política izquierda-derecha— se relaciona con la creencia y difusión de *fake news*. Los encuestados se distribuyen, por lo tanto, del siguiente modo: 34,4% hombres y 65,6% mujeres, con 23,6% con escolaridad básica, 37,5% con grado universitario, 25,9% tienen máster y 13% doctorados. En cuanto a la edad de los encuestados, el 40,6% tiene entre 18 y 30 años; 23% entre 31 y 40 años, y 36,4% tiene más de 41 años.

4.1. Procedimientos

Para comprender la propensión de los portugueses al consumo de *fake news*, se invitó a los participantes a indicar el nivel de credibilidad y disposición para compartir titulares de *fake news* y noticias en un formato de publicación de Facebook (foto, título, firma y fuente, como en la Imagen 1 y en la Imagen 2) (Baptista et al., 2021). Este método ya se ha utilizado con éxito en otros estudios (Bronstein et al., 2019; Pennycook y Rand, 2019).



Imagen 1: Ejemplo de una noticia falsa pro-izquierda en formato de publicación de Facebook

Fuente: Adaptado del sitio web de verificación de hechos (Polígrafo). Disponible en: <https://bit.ly/3jvJC8N>



Imagen 2: Ejemplo de una noticia pro-derecha en formato de publicación de Facebook
Fuente: Imagen adaptada de jornaldenegocios.pt. Disponible en: <https://bit.ly/2OiaxcO>

El cuestionario se dividió en 2 secciones: (1) exposición aleatoria a titulares y *fake news*, (2) cuestiones relacionadas con la identidad y orientación partidista de los participantes (intención de voto, grado de simpatía por los diferentes partidos y autoubicación en la escala izquierda-derecha).

Por lo tanto, cuando eran expuestos a titulares de *fake news* y noticias, las personas tenían que responder a dos preguntas por cada titular: P1. “Según su conocimiento, ¿cómo califica el siguiente titular?” En una escala de 5 puntos (1 = nada creíble, 2 = poco creíble, 3 = algo creíble, 4 = bastante creíble, 5 = muy creíble) y P2. “¿Cuál es su disposición para compartir el siguiente titular?” (1 = nada de voluntad, 2 = poca voluntad, 3 = algo de voluntad, 4 = mucha voluntad). Estas preguntas se realizaron para cada uno de los 20 titulares presentados: 10 *fake news* (5 pro izquierda y 5 pro derecha) y 10 noticias (5 pro izquierda y 5 pro derecha), con el fin de establecer una relación partidista con la creencia y difusión de noticias y *fake news* (ver Tabla 1). Todos los titulares falsos que usamos fueron tomados de Polígrafo [2], un verificador de hechos en línea portugués. La noticia real se seleccionó de fuentes de noticias que tenían titulares inusuales, con el fin de requerir el mismo esfuerzo de los participantes cuando fueron cuestionados (Baptista et al., 2021).

Tabla 1. Titulares de fake news y noticias que fueron usadas en cuestionario.

	Titular	Adaptación/Fuente (URL's)
Noticias pro-derecha	El PCP obliga a sus diputados a donar parte de su sueldo al partido	https://bit.ly/2YZJTaj
	La inversión pública de "geringonça" estará por debajo del último año del Gobierno PSD / CDS	https://bit.ly/2OiaxcO
	"En estos cuatro años, tuvimos la mayor carga fiscal de la historia"	https://bit.ly/3cUffHU
	El portavoz de ANTRAM es miembro del PS y fue designado para dos cargos por el actual Gobierno	https://bit.ly/3jC6tOg
	El nuevo ejecutivo de Costa ha tenido la mayor cantidad de ministros desde 1976	https://bit.ly/36QnMaY
Noticias pro-izquierda	Diputado del PSD llama "mierda" a la clase de orientación sexual y motiva la denuncia de BE	https://bit.ly/36Qo7KM
	Hace 28 años, que no había tan pocos desempleados inscritos	https://bit.ly/3aIsfhh
	Bloco es el único partido parlamentario con cuentas sin irregularidades	https://bit.ly/3jumgAi
	Hijo de Durão Barroso fue contratado por Banco de Portugal "por invitación y sin licitación"	https://bit.ly/3juxVPD
	Hace 40 años, el PSD falló la ley que creó el SNS	https://bit.ly/3jC8koc
Fake News pro-derecha	Con la "geringonça" en el poder, el precio del barril de petróleo bajó un 50% mientras que el precio del diésel subió un 40%	https://bit.ly/3q2GNP8
	Catarina Martins defiende RSI de 750 euros "para gitanos, migrantes y otros"	https://bit.ly/3cP4PcB
	Joacine Katar Moreira do Livre solo empezó a tartamudear en esta campaña electoral	https://bit.ly/3p1i9gj
	Programa electoral del PAN "propone perdón a violadores sexuales"	https://bit.ly/3cS9RoF
	El Partido Socialista no quiere que los portugueses sepan quiénes son los políticos que reciben subvenciones vitalicias	https://bit.ly/3cOWdTn
Fake News pro-izquierda	Joacine Katar Moreira es la primera diputada negra en Portugal	https://bit.ly/3oWMooR
	Estadísticas de Portugal: más de la mitad de los puestos de trabajo creados desde 2015 tienen salarios superiores a 1200 €	https://bit.ly/3a0jrE7
	El PSD de Rui Rio también tiene una red familiar en cargos políticos	https://bit.ly/3jvJC8N
	El PSD votó en contra de la reducción del IVA a la electricidad que ahora también propone	https://bit.ly/3q5uLEK
	El gobierno redujo las deudas del SNS con los proveedores de hospitales en un 50%	https://bit.ly/3d0LncK

Fuente: elaboración propia

4.2. Partidismo

La orientación partidista del electorado se midió con arreglo a tres parámetros: (1) intención de voto en las elecciones, (2) grado de simpatía por cada partido político con escaño parlamentario en la Asamblea de la República, y (3) autoubicación en la escala política izquierda-derecha. De esta forma,

se invitó a los participantes a posicionarse en una escala de 10 puntos, donde 1 = izquierda y 10 = derecha.

En cuanto a la intención de voto, se planteó la siguiente pregunta: “Si mañana hubiera elecciones para la Asamblea de la República, ¿a qué partido votaría?”. Los encuestados tenían 9 posibles opciones de respuesta: de izquierda, Partido Comunista Portugués (PCP), Bloco de Esquerda (BE), Pessoas-Animais-Natureza (PAN), Livre (L), Partido Socialista (PS); de derecha, Partido Social Demócrata (PSD), Centro Democrático Social (CDS), Iniciativa Liberal (IL), Chega (CH). Considerando 566 respuestas válidas, el PS sería el partido con más votos con un 30,7%, seguido de PSD (18,6%), BE (17,7%), CH (9,4%), PAN (9,4%), IL (4,8%), L (3,5%), PCP (3,5%) y CDS (2,5%).

En cuanto a la medición de la simpatía partidaria, los encuestados debían, en una escala de 4 puntos (1 = nada de simpatía, 2 = poca simpatía, 3 = algo de simpatía, 4 = mucha simpatía), expresar su relación con cada uno de los partidos marcados. El PS fue, en promedio, el partido que mayor simpatía generó en los votantes ($M = 2,43$; $DT = 0,93$); mientras CH fue, por el contrario, el partido por el cual los votantes expresaron la menor simpatía ($M = 1,51$; $DT = 0,84$).

4.3. Análisis estadísticos

Inicialmente se llevaron a cabo procedimientos de estadística descriptiva de tendencial central (media) y dispersión (desviación típica) respecto a las variables evaluadas. Para verificar el supuesto de normalidad de los datos, se realizó el análisis de simetría de la distribución de frecuencias (normalidad univariante) utilizando los coeficientes de asimetría (asimetría) y curtosis (aplanamiento). A través del análisis de estos valores, se encontró adecuado el uso de pruebas paramétricas. Así pues, se recurrió al análisis de varianza multivariado (MANOVA) seguido, siempre que fue posible, del análisis de varianza (ANOVA), y se utilizaron pruebas de comparaciones múltiples de los promedios para determinar qué diferencias existen entre el partidismo, la creencia y la difusión de noticias y noticias falsas. La asociación entre variables se midió mediante el coeficiente de correlación de Pearson (r). Todos los análisis estadísticos se realizaron utilizando el programa SPSS v. 27.0 (IBM SPSS 27.0, Chicago, IL). En todos los análisis estadísticos se consideraron valores de significación de $p < 0,05$.

5. Resultados

El objetivo principal de este estudio fue evaluar la influencia de la identidad de partido del electorado portugués en la creencia y difusión de *fake news* y noticias políticas. Nuestros resultados indican, en general, que los participantes tenían, en promedio, valores más altos de creencia en relación con las noticias en comparación con los niveles de creencia en *fake news*, como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Medidas descriptivas y normalidad univariante

Variables	Muestra N=712			
	M±DT	Sk	Ku	Secuencia
Aceptación de noticias ^a	2,53±0,63	0,55	0,22	1-5
Aceptación de noticias pro-derecha ^a	1,70±0,70	1,07	0,74	1-5
Aceptación de noticias pro-izquierda ^a	2,07±0,75	0,33	-0,44	1-5
Aceptación de <i>fake news</i> ^a	1,89±0,64	0,42	-0,45	1-5
Aceptación de <i>fake news</i> pro-derecha ^a	2,48±0,69	0,66	0,24	1-5
Aceptación de <i>fake news</i> pro-izquierda ^a	2,60±0,74	0,58	0,39	1-5
Voluntad de compartir noticias ^b	1,52±0,58	1,12	0,95	1-4
Voluntad de compartir noticias pro-derecha ^b	1,52±0,62	1,32	1,52	1-4
Voluntad de compartir noticias pro-izquierda ^b	1,53±0,62	1,16	0,79	1-4
Voluntad de compartir <i>fake news</i> ^b	1,34±0,47	1,58	2,44	1-4
Voluntad de compartir <i>fake news</i> pro-derecha ^b	1,29±0,47	2,01	4,22	1-4
Voluntad de compartir <i>fake news</i> pro-izquierda ^b	1,39±0,55	1,43	1,37	1-4
Autoubicación en la escala izquierda-derecha	4,80±1,94	0,22	-0,05	1-10
Simpatía por los partidos políticos ^d	1,93±0,49	-0,08	0,26	1-4
Simpatía por los partidos políticos en derecha ^d	1,66±0,63	0,84	0,16	1-4
Simpatía por los partidos políticos en izquierda ^d	1,92±0,70	0,21	-0,89	1-4

Fuente: elaboración propia

Nota: Siglas utilizadas: M = Media, DT = Desviación típica, Sk = Asimetría y Ku = Curtosis

Sin embargo, si analizamos los valores promedio de creencias por separado, encontramos que las *fake news* pro-izquierda y las *fake news* pro-derecha tienen una mayor aceptación que las noticias a favor de la izquierda y la derecha, respectivamente. Además, la aceptación de *fake news* a favor de la izquierda tiene un valor de creencia más alto, incluso que la aceptación de las noticias analizadas en conjunto. Nuestros resultados también indican que la disposición a compartir es mayor en todas las noticias, en comparación con las *fake news*. La Tabla 2 muestra que hay, en promedio, mayor simpatía por los partidos de izquierda que por los partidos de derecha y que este es un electorado que se considera moderado, ubicándose cerca del punto 5 de la escala política.

5.1. Relación entre la intención de voto (I-D), la creencia y la voluntad de compartir noticias y *fake news*

Para evaluar si la identidad del partido, manifestada a través de su (1) intención de voto, tiene un efecto estadísticamente significativo sobre la creencia y la voluntad de compartir noticias y *fake news*, se realizaron análisis multivariados de varianza. En cuanto a la creencia, los resultados apuntan a la existencia de diferencias estadísticamente significativas (λ de Wilk = 0,814; $p < 0,001$). El análisis univariado de varianza reveló que existen diferencias significativas solo en relación con la creencia en *fake news* a favor de la derecha (FND) ($F_{(1, 564)} = 20,720$; $p < 0,001$) y en las noticias a favor de la derecha (NVD) ($F_{(1, 564)} = 28,649$; $p < 0,001$), como podemos observar en la Tabla 3.

Tabla 3. Medias (*M*), desviaciones típicas (*DT*) y efectos univariados de la creencia y la voluntad de compartir noticias falsas (pro-izquierda y pro-derecha) por intención de voto

Variable	Voto partido izquierda (N=367)	Voto partido derecha (N=199)	<i>F</i>	<i>p</i>
	<i>M</i> ± <i>DT</i>	<i>M</i> ± <i>DT</i>		
FNE	2,08±0,75	2,02±0,73	0,878	0,349
FND	1,55±0,60	1,95±0,77	45,987	<0,001
NVD	2,43±0,63	2,90±0,82	57,089	<0,001
NVE	2,49±0,70	2,49±0,66	0,000	0,998
SFNE	1,45±0,58	1,33±0,48	6,645	0,010
SFND	1,25±0,46	1,40±0,52	11,766	0,001
SNVD	1,47±0,58	1,67±0,70	13,805	<0,001
SNVE	1,60±0,66	1,48±0,56	5,124	0,024

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la relación entre la intención de voto y el deseo de compartir noticias y *fake news*, los datos indican que existen diferencias significativas (λ de Wilk = 0,856; $p < 0,001$), y en el caso de esta relación se dan con respecto a todas las variables: la voluntad de compartir noticias falsas pro-izquierda (SFNE), pro-derecha (SFND) y la voluntad de compartir noticias reales pro-izquierda (SNVE) y pro-derecha (SNVE) (Tabla 3).

En la Tabla 3 también podemos ver que los participantes que votarían a los partidos de la derecha son los que tienen los valores promedio más altos no solo en relación con la creencia en *fake news* pro-derecha (FND), sino también en noticias pro-derecha (NVD). Cabe señalar que los votantes de los partidos de izquierda presentan una media ligeramente superior en las *fake news* pro-izquierda (FNE) que los votantes de derecha; sin embargo, esta diferencia no es significativa ($p = 0,349$). Además, lo mismo ocurre con la voluntad de compartir. Si bien los votantes de izquierda tienen valores más altos en relación con la voluntad de compartir *fake news* pro-izquierda (SFNE) y noticias pro-izquierda (SNVE), los partidarios de los partidos de derecha han mostrado una mayor disposición a compartir contenido falso y verdadero a favor de la derecha.

5.2. Relación entre la intención de voto (por partido) y la creencia y la voluntad de compartir noticias y noticias falsas

Posteriormente, realizamos un análisis de varianza multivariado para determinar si la intención de voto (por partido) influye significativamente en la creencia y la voluntad de compartir noticias y *fake news*. Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la creencia en noticias y *fake news* (λ de Wilk = 0,715; $p < 0,001$). Los análisis univariados indicaron que había diferencias significativas entre la intención de voto (por partido) en la creencia en FND ($F_{(8, 557)} = 5,058$; $p < 0,001$) y en la creencia en NVD ($F_{(8, 557)} = 4,712$; $p < 0,001$) (ver Tabla 4). La disposición a compartir estas informaciones también arrojó diferencias significativas (λ de Wilk = 0,782; $p < 0,001$) entre todas las variables, como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4. Medias (*M*), desviaciones típicas (*DT*) y efectos univariados de la creencia y la voluntad de compartir noticias falsas (pro-izquierda y pro-derecha) por intención de voto en cada partido

		FNE	FND	NVD	NVE	SFNE	SFND	SNVD	SNVE
		<i>M±DT</i>	<i>M±DT</i>						
Izquierda	PCP	2,22±0,71	1,53±0,69	2,39±0,64	2,56±0,71	1,50±0,52	1,29±0,55	1,38±0,52	1,58±0,69
	BE	1,99±0,71	1,48±0,57	2,39±0,60	2,54±0,71	1,41±0,56	1,21±0,46	1,44±0,58	1,64±0,68
	PAN	2,02±0,78	1,53±0,62	2,48±0,52	2,31±0,57	1,30±0,55	1,18±0,42	1,39±0,49	1,38±0,48
	L	2,13±0,66	1,50±0,43	2,51±0,64	2,49±0,55	1,44±0,58	1,24±0,40	1,44±0,53	1,54±0,60
	PS	2,14±0,78	1,60±0,62	2,44±0,68	2,52±0,75	1,52±0,61	1,30±0,46	1,52±0,62	1,66±0,69
Derecha	PSD	1,96±0,76	1,80±0,71	2,83±0,82	2,53±0,71	1,29±0,46	1,31±0,45	1,63±0,69	1,46±0,55
	IL	1,93±0,78	1,67±0,61	2,73±0,75	2,29±0,53	1,25±0,48	1,29±0,46	1,65±0,61	1,34±0,38
	CDS	1,98±0,77	1,71±0,49	2,57±0,66	2,22±0,48	1,52±0,60	1,48±0,48	1,51±0,48	1,41±0,36
	CH	2,22±0,62	2,45±0,81	3,23±0,82	2,60±0,62	1,39±0,50	1,61±0,62	1,83±0,81	1,59±0,68
	<i>F</i>	1,220	12,021	9,578	1,324	2,244	3,983	2,690	2,080
<i>p</i>	<i>p</i> =0,285	<i>p</i> <0,001	<i>p</i> <0,001	<i>p</i> =0,228	<i>p</i> =0,023	<i>p</i> <0,001	<i>p</i> =0,007	<i>p</i> =0,036	

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la creencia en NVD, las pruebas de comparación múltiple mostraron diferencias estadísticamente significativas entre los partidarios de CH y todos los demás, teniendo los votantes de CH valores promedio más altos. También hay diferencias significativas entre los partidarios de BE con CH ($p < 0,001$), PSD ($p < 0,001$), IL ($p = 0,024$); entre los partidarios del PCP y los que votarían por CH ($p < 0,001$) y PSD ($p = 0,010$); entre los partidarios del PS con CH ($p < 0,001$), PSD ($p < 0,001$), IL ($p = 0,044$); Partidarios del PAN con CH ($p < 0,001$) y PSD ($p = 0,004$); votantes en L y votantes en CH ($p < 0,001$). Cabe señalar que todos los votantes de los partidos de derecha tienen valores más altos que los partidarios de la izquierda en cuanto a noticias que favorecen a la derecha.

Con respecto a la creencia en *fake news* pro-derecha (FND), se observa un comportamiento similar. Es decir, los partidarios de CH son significativamente diferentes de todos los demás y también tienen valores promedio de creencias más altos. También hay diferencias significativas entre los votantes de izquierda y los votantes de derecha: BE-CH ($p < 0,001$), BE-PSD ($p = 0,010$); PCP-CH ($p < 0,001$); PS-CH ($p < 0,001$), PS-PSD ($p = 0,013$); PAN-CH ($p < 0,001$), PAN-PSD ($p = 0,013$), L-CH ($p < 0,001$). Por último, son los votantes de los partidos de derecha los que tienen los valores más altos.

En cuanto a la voluntad de compartir contenido y el voto en cada partido, las pruebas de comparación múltiple demuestran un comportamiento de los votantes similar al verificado en relación con la creencia. En cuanto a la disposición a compartir *fake news* pro-izquierda (SFNE), existen diferencias estadísticamente significativas entre votantes que votaron por el PS con votantes en PSD ($p < 0,001$), PAN ($p = 0,009$) e IL ($p = 0,019$) y los votantes del PS tienen valores más altos.

Con relación a la disposición a compartir *fake news* pro-derecha (SFND), se encuentran diferencias significativas entre votantes de BE con votantes de CH ($p < 0,001$) y CDS ($p = 0,047$); entre votantes del PCP y partidarios del CH ($p = 0,009$); entre personas que votaron por CDS y votantes del PAN ($p = 0,040$); entre CH y L ($p = 0,003$), PS ($p < 0,001$), PSD ($p < 0,001$), PAN ($p < 0,001$) e IL ($p = 0,005$). Cabe señalar que para SFND, todos los votantes de derecha tienen valores promedio significativamente más altos y los votantes de CH tienen una mayor disposición a compartir en comparación con todos los votantes.

En lo que a la voluntad de compartir noticias pro-izquierda (SNVE) respecta, encontramos diferencias significativas entre los votantes del BE y los del PSD ($p = 0,047$), PAN ($p = 0,017$), IL ($p = 0,027$); entre los votantes del PS con partidarios del PSD ($p = 0,013$), PAN ($p = 0,006$) e IL ($p = 0,014$), con los votantes BE y PS siempre mostrando valores más altos. En cuanto a la voluntad de compartir noticias pro-derecha (SNVD), los votantes BE son significativamente diferentes de los votantes CH ($p < 0,001$), PSD ($p = 0,031$); los partidarios del PCP, a su vez del CH ($p = 0,006$); y los partidarios de CH se diferencian significativamente de todos los votantes de partidos de izquierda. Además, existen diferencias entre los partidarios del PSD y del PAN ($p = 0,028$). En todos los casos relacionados con el SNVD, los votantes de los partidos de derecha tienen valores significativamente más altos.

5.3. Asociación entre autoubicación en la escala política de izquierda-derecha, simpatía partidista, consumo y difusión de fake news

Para estudiar la asociación entre (2) simpatía partidista, (3) autoubicación de los participantes en la escala política izquierda-derecha, creencia y disposición para compartir noticias y fake news, se utilizó el coeficiente de correlación lineal de Pearson (Tabla 5).

Tabla 5. Correlación entre la autoubicación en la escala izquierda-derecha, simpatía por el partido, creencia y disposición para compartir noticias y noticias falsas (r de Pearson)

	Pro-izquierda		Pro-derecha		Simpatía partidista		Autoubicación escala I-D
	Fake News	Noticias	Fake News	Noticias	Derecha	Izquierda	
Auto-ubicación escala I-D	-0,018	-0,070	0,277**	0,271**	0,467**	-0,473**	-
SPD	0,018	-0,006	0,193**	0,264**	-	0,139**	0,467**
SPE	0,058	0,153**	-0,222**	-0,147**	0,139**	-	-0,473**
SFNE	0,558**	0,377**	0,362**	0,262**	0,067	0,180**	-0,052
SFND	0,366**	0,295**	0,628**	0,390**	0,206**	-0,052	0,194**
SNVE	0,307**	0,496**	0,232**	0,273**	0,031	0,216**	-0,098**
SNVD	0,212**	0,284**	0,361**	0,489**	0,248**	-0,004	0,172**

Fuente: elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

Nota: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Según la Tabla 5, los resultados indican varias correlaciones positivas y negativas significativas. Es importante destacar las asociaciones entre (2) la simpatía del partido y la creencia en noticias y fake news. La simpatía por los partidos de derecha (SPD) se correlaciona con la creencia en fake news a favor de la derecha ($r = 0,193$; $p < 0,001$) y noticias a favor de la derecha ($r = 0,264$; $p < 0,001$), mientras que la simpatía por los partidos de izquierda (SPE) se asocia positivamente con noticias pro-izquierda ($r = 0,153$; $p < 0,001$) y negativamente con la creencia en fake news pro-derecha ($r = -0,222$; $p < 0,001$) y noticias a favor de la derecha ($r = -0,147$; $p < 0,001$).

Cabe señalar que no existen correlaciones significativas entre los más simpatizantes de los partidos de izquierda y las fake news pro-izquierda. En cuanto a la propensión a compartir fake news, los resultados indican que existe una correlación positiva entre votantes con mayor simpatía por los partidos de izquierda y el deseo de compartir contenido pro-izquierda; y una correlación positiva entre los partidarios de los partidos de derecha y la voluntad de compartir contenido a favor de la derecha. Sin embargo, no existen asociaciones significativas entre partidarios de partidos de izquierda con el deseo de compartir contenido de derecha y viceversa.

La (3) autoubicación de los encuestados en la escala política izquierda-derecha también muestra una correlación positiva y significativa con la simpatía partidaria de la derecha ($r = 0,467$; $p < 0,001$), con la voluntad de compartir contenido a favor de la derecha (*fake news*: $r = 0,194$, $p < 0,001$; y noticias: $r = 0,172$; $p < 0,001$) y creencia en *fake news* pro-derecha ($r = 0,277$; $p < 0,001$) y noticias pro-derecha ($r = 0,271$; $p < 0,001$). Por otro lado, la autoubicación en la escala izquierda-derecha tiende a ser contraria a la simpatía partidaria de la izquierda, con una correlación negativa entre las variables ($r = -0,473$; $p < 0,001$). No existe una correlación significativa entre la autoubicación en la escala política y la creencia en *fake news* y noticias a favor de la izquierda y la voluntad de compartir *fake news* y noticias pro-izquierda. Si observamos la Tabla 6, vemos la asociación entre la simpatía partidaria, de manera independiente por partido, con la creencia y la voluntad de compartir noticias y *fake news*.

Tabla 6. Correlación entre la simpatía partidaria (por partido) con la creencia y la voluntad de compartir noticias y *fake news* (r de Pearson)

		FNE	FND	NVE	NVD	SFNE	SFND	SNVE	SNVD
Partidos izquierda	PCP	0,083*	-0,103**	0,141**	-0,085	0,156**	0,022	0,168**	0,013
	BE	0,044	-0,190**	0,157**	-0,105**	0,159**	-0,039	0,215**	0,019
	PAN	-0,012	-0,195**	0,019	-0,148**	0,036	-0,093*	0,072	-0,065
	L	0,066	-0,140**	0,106**	-0,098	0,142**	-0,031	0,143**	-0,014
	PS	0,038	-0,184**	0,148**	-0,101**	0,176**	-0,044	0,199**	0,032
Partidos derecha	PSD	-0,032	0,078*	0,029	0,208**	0,059	0,141**	0,036	0,220**
	IL	-0,011	0,087*	-0,028	0,180**	0,034	0,112**	0,001	0,136**
	CDS	0,029	0,098**	-0,017	0,180**	0,040	0,122**	0,016	0,179**
	CH	0,070	0,312**	-0,007	0,212**	0,063	0,235**	0,038	0,235**

Nota: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Fuente: elaboración propia a partir de datos del cuestionario.

Según la Tabla 6, solo la simpatía partidista en el PCP tiene una correlación positiva con la creencia en noticias falsas a favor de la izquierda ($r = 0,083$; $p = 0,026$). Por otro lado, la creencia en *fake news* pro-derecha muestra correlaciones positivas con la simpatía en todos los partidos de la derecha, destacando la correlación con CH ($r = 0,312$; $p < 0,001$) y las correlaciones negativas con la simpatía partidaria de la izquierda, revelando un comportamiento contrario. Esta tendencia también se puede ver en la asociación de la simpatía del partido con noticias pro-derecha, aunque no de manera tan explícita. En cuanto a la asociación entre el deseo de compartir, hay un resultado similar, con los partidarios de los partidos de izquierda con asociaciones positivas con SFNE y SNVE, y viceversa.

6. Discusión y conclusiones

Nuestro estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre el partidismo, como razonamiento motivado, y la creencia y difusión de noticias y *fake news* políticas. Para evaluar esta relación, fue crucial comparar (1) la intención de voto, (2) la simpatía partidista, y (3) la autoubicación en la escala política de izquierda y derecha con las variables de medición de la creencia y de la voluntad de compartir contenido por los participantes. Nuestros resultados han demostrado que la identidad de partido influye en cómo el electorado consume desinformación. Sin embargo, vemos una mayor tendencia de los participantes partidarios de derecha a aceptar *fake news* y noticias que confirman sus creencias. Esta tendencia se evidenció con relación a los tres parámetros de medición del partidismo,

en contraste con lo revelado con los partidarios de izquierda, ya que no hubo diferencias significativas entre votar, autopoicionarse y/o simpatizar con la izquierda y creer en *fake news* pro-izquierda. Es importante señalar que las *fake news* a favor de la izquierda no presentaron diferencias significativas para ninguno de los grupos, pero las *fake news* y las noticias pro-derecha no solo motivan una mayor creencia de los votantes de derecha, sino que parecen estimular una actitud significativamente desigual entre los votantes de izquierda. Los partidarios de izquierda no son indiferentes a las *fake news* y las noticias a favor de la derecha. En cuanto a la actitud de los encuestados de izquierda hacia el contenido a favor de la derecha (noticias y *fake news*), comprobamos que los partidarios de izquierda no tienden a creer en las *fake news* en general, pero son escépticos con las noticias que no son compatibles con sus creencias. Curiosamente, la literatura ha demostrado, sin embargo, que son los conservadores (de derecha) quienes reaccionan de manera más activa a las amenazas o la información negativa (Fessler et al., 2017).

En comparación con los resultados obtenidos por Baptista et al., (2021), podemos confirmar que el partidismo, al igual que la ideología política, pone de manifiesto que las personas que pertenecen a partidos de derecha son más vulnerables a creer en *fake news*. Sin embargo, Baptista et al., (2021) demostraron que las personas conservadoras y/o que defienden los valores sociales y culturales más a la derecha creían y compartían *fake news* tanto a favor de la derecha, como a favor de la izquierda. Esto contradice el sesgo de confirmación. Sin embargo, el presente estudio, a diferencia de Baptista et al. (2021), evidenció que los partidarios de derecha son más propensos a aceptar *fake news* pro-derecha, pero no a aceptar *fake news* pro-izquierda. Además, refuerza la teoría del sesgo de confirmación por el hecho de que los partidarios de la izquierda tienden a compartir contenido de izquierda y los partidarios de derecha a compartir contenido de derecha. Esto no se demostró en el estudio anterior (Baptista et al., 2021), en el que las personas ideológicamente de derecha también tenían una mayor tendencia a compartir contenido de izquierda. Por lo tanto, con esta investigación verificamos que la identidad de partido ofrece resultados más predecibles y puede ser un mejor predictor que la ideología política. Aun así, estos resultados no coinciden, en parte, con la mayoría de los estudios de la literatura académica consultada, que apuntan al prejuicio partidista como un fuerte predictor de la creencia en *fake news* compatibles con cada una de las ideologías, tanto de izquierda como de derecha (Allcott y Gentzkow, 2017; Ditto et al., 2019; Faragó et al., 2020; Fessler et al., 2017; Uscinski et al., 2016; Van Bavel y Pereira, 2018). Sin embargo, los partidarios de la izquierda han revelado esta tendencia con respecto a la voluntad de compartir. Además, los partidarios de izquierda y derecha siempre han tenido un comportamiento antagónico.

Aun así, varios estudios reconocen, desde una perspectiva ideológica, que los conservadores son más propensos a creer y difundir *fake news* (Grinberg et al., 2019; Guess et al., 2019; Roets, 2017). Además, dado que es la orientación anti-izquierdista y anti-gubernamental [3] la que domina la provisión de desinformación en línea en Portugal (Baptista y Gradim, 2020b; Cardoso et al., 2019a; Cardoso et al., 2019b), podemos sugerir que los resultados están en sintonía con lo esperado. Como sucedió en las elecciones estadounidenses, en las que todo indica que se crearon *fake news* para una audiencia muy específica (conservadora/republicana) (Grinberg et al., 2019; Guess et al., 2019), podemos especular, de este modo, que las personas del espectro político de derecha, también en Portugal, están más expuestas a *fake news* políticas. Se sabe que la exposición repetida puede hacer que las noticias falsas sean más creíbles (Pennycook y Rand, 2018) ayudar a que la corrección de información falsa sea más difícil de aceptar (Shin y Thorson, 2017), especialmente por personas con altos niveles de autoritarismo (Rollwage et al., 2018) (lo que puede definir a algunas de las personas que simpatizan con CH). Gorman y Gorman (2016) sostienen que las personas disfrutan de un “placer genuino” cuando encuentran información que confirma sus creencias, lo que puede ser la base para la creación de burbujas de filtro y cámaras de eco.

Al analizar los datos individualmente por partido, destaca el comportamiento de los votantes y simpatizantes del partido de la derecha populista radical (Chega, CH) frente a todos los demás. Las personas que se identifican con CH tienen mayores niveles de creencia y disposición a compartir noticias y *fake news* que favorecen a la derecha. La evidencia empírica previa ha enfatizado en la creación y difusión de *fake news* en el ámbito de la derecha radical, especialmente en las democracias occidentales (Bennett y Livingston, 2018; Freelon et al., 2020). Como mencionamos anteriormente, en Portugal, el partido Chega también parece estar asociado con el uso de bots o perfiles falsos en las redes sociales, imponiendo su ideología y desacreditando a fuerzas y figuras políticas de otros partidos mediante el uso de la sátira, la mentira y la distorsión de la verdad, mientras dirige ataques a periodistas y medios tradicionales (Carvalho, 2020b; Silva, 2020). Silva (2020) denuncia la forma en que un “ejército” de perfiles falsos pretende imponer a Chega en una región portuguesa (distrito de Braga), demostrando la forma en que los perfiles falsos están invadiendo grupos de Facebook o comunidades que no están estrechamente relacionadas con ninguna fuerza política o ideológica, pero que reúnen a miles de miembros porque comparten la región o la ciudad donde residen. Además, varias investigaciones periodísticas denunciaron las conexiones de los líderes de Chega con los cultos religiosos, en los que los pastores buscan movilizar a sus fieles para que se unan al partido (Carvalho, 2020a; Público, 2020), como sucedió en Estados Unidos con Donald Trump, con la corriente evangélica ultraconservadora aprobando sus ideales y apoyando sus campañas.

Para terminar, el partidismo provoca que las personas sean más vulnerables a las *fake news* políticas, moldeando sus actitudes y juicios de acuerdo con sus creencias preexistentes. En Portugal, la identidad de partido tiene una mayor influencia en el electorado de derecha. A la vista de estos resultados, creemos que la desinformación online dirigida principalmente a esta audiencia concreta (antisistema e insatisfecha) probablemente pueda tener un efecto mayor, aunque no se haya evaluado ni estudiado esta influencia.

Notas

[1] Ver <https://bit.ly/36yG4gK> (Consejo Europeo)

[2] Ver <https://poligrafo.sapo.pt>

[3] Desde 2015, el Partido Socialista (PS) dirige el gobierno en Portugal.

7. Referencias bibliográficas

- Alberti, M. (2020, 28 de Septiembre). Portugal records surge in racist violence as far right rises. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2020/sep/28/portugal-sees-surge-in-racist-violence-as-far-right-rises>
- Albright, J. (2017). Welcome to the era of fake news. *Media and Communication*, 5(2), 87–89. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i2.977>
- 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>
- Baptista, J. (2020). Ethos, pathos e logos. Análise comparativa do processo persuasivo das (fake) news. *Eikon*, 1(7). <https://doi.org/10.25768/20.04.04.07.04>

- Baptista, João Pedro. & Gradim, A. (2020a). Understanding Fake News Consumption: A Review. *Social Sciences*, 9(10), 185. <https://doi.org/10.3390/socsci9100185>
- Baptista, J.P. & Gradim, A. (2020b). Online disinformation on Facebook: the spread of fake news during the Portuguese 2019 election. *Journal of Contemporary European Studies*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/14782804.2020.1843415>
- Baptista JP, Correia E, Gradim A. & Piñeiro-Naval V. (2021). The Influence of Political Ideology on Fake News Belief: The Portuguese Case. *Publications*, 9(2), 23. <https://doi.org/10.3390/publications9020023>
- Belchior, A. M. (2015). Crise económica e perceções sobre a ideologia dos partidos políticos em Portugal (2008-2012). *Análise Social*, 217, 734–760. <https://www.jstor.org/stable/44071983>
- Benkler, Y., Tilton, C., Etling, B., Roberts, H., Clark, J., Faris, R., Kaiser, J., & Schmitt, C. (2020). Mail-In Voter Fraud: Anatomy of a Disinformation Campaign. *Berkman Center Research Publication No. 2020-6*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3703701>
- Bennett, W.L. & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Berger, J. & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Bolsen, T., Druckman, J. N. & Cook, F. L. (2014). The influence of partisan motivated reasoning on public opinion. *Political Behavior*, 36(2), 235–262. <https://doi.org/10.1007/s11109-013-9238-0>
- Brauck, M., Diez, G., Kühn, A., Müller, M., Nezik, A. K. & Steinmetz, V. (2016). Lying press?: Germans lose faith in the fourth estate. *Spiegel Online*, 24. <https://www.spiegel.de/international/germany/most-germans-think-the-press-is-lying-to-them-about-refugees-a-1079049.html> (Visitada 16 junio 2021)
- Bright, J. (2016). The social news gap: How news reading and news sharing diverge. *Journal of Communication*, 66(3), 343–365. <https://doi.org/10.1111/jcom.12232>
- Bronstein, M. V, Pennycook, G., Bear, A., Rand, D. G. & Cannon, T. D. (2019). Belief in fake news is associated with delusionality, dogmatism, religious fundamentalism, and reduced analytic thinking. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 108–117. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2018.09.005>
- Burkhardt, J. M. (2017). History of Fake News. *Library Technology Reports*, 53(8), 5–9. <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6497>
- Câncio, F. (2020, 27 de Enero). ERC regista como “informativo” site de desinformação e propaganda. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/27-jan-2020/erc-regista-como-informativo-site-de-desinformacao-e-propaganda-11751353.html>
- Cardoso, G., Moreno, J. & Narciso, P. (2019a). *Social Media disinformation in the pre-electoral period in Portugal*. CIES e-Working Paper N.o 230/2020. <https://repositorio.iscte->

iul.pt/bitstream/10071/20667/1/CIES_WP230_Gustavo%20Cardoso%2c%20José%20Moreno%2c%20Inês%20Narciso%2c%20Nuno%20Palma.pdf

- Cardoso, G., Narciso, I., Moreno, J. & Palma, N. (2019b). *Report - Online Disinformation During Portugal's 2019 elections*. Lisbon: MEDIALAB & Democracy Reporting International.
- Cardoso, G., Paisana, M. & Pinto-Martinho, A. (2019c). *The Reuters Institute for the Study of Journalism: Reuters Digital News Report 2019 - Portugal*. En Publicações OberCom: Portugal.
- Cardoso, G., Paisana, M. & Pinto-Martinho, A. (2020). *Reuters Digital News Report 2020 Portugal*. En Publicações OberCom: Portugal.
- Carreira da Silva. & Salgado, S.(2018). Why no populism in Portugal? En Lobo, C. M., Carreira da Silva., Zúquete, J. P (Eds.): *Citizenship in crisis*, Imprensa de Ciências Sociais, 249–268.
- Carvalho, M. (2020a, 20 de Mayo). Líderes e pastores evangélicos fazem campanha pelo Chega. *Visão*. <https://visao.sapo.pt/atualidade/politica/2020-05-20-lideres-e-pastores-evangelicos-fazem-campanha-pelo-chega/>
- Carvalho, M. (2020b, 20 de Mayo). Investigação: Os segredos do pregador Ventura. *Visão*. <https://visao.sapo.pt/atualidade/politica/2020-05-20-investigacao-os-segredos-do-pregador-ventura/>
- Catarino, J. P. L. (2017). *O Pessoas-Animais-Natureza (PAN) como inovação no sistema partidário português* [Tesis de Máster]. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Universidade de Lisboa.
- Conger, K. (2020, 5 de Noviembre). Tracking Viral Misinformation About the 2020 Election. *New York Times*.
- Costa, J. M. (2011). O Partido Nacional Renovador: a nova extrema-direita na democracia portuguesa. *Análise Social*, 201, 765–787. <https://www.jstor.org/stable/41494872>
- Da Silva, M. T., Figueiras, R., Brites, M. J., Amaral, I., Maropo, L., Santos, S. C., Jerónimo, P., Santo, P. E. & Pacheco, L. (2017). Audiências e cross-media: Estudo de padrões de consumo de notícias em Portugal. *Estudos Em Comunicacao*, 1(25), 177–199. <https://doi.org/10.20287/ec.n25.v1.a11>
- de Almeida, F. C. (2015). A direita radical em Portugal: da Revolução dos Cravos à era da internet. *Estudos Ibero-Americanos*, 41(1), 98–125. <https://doi.org/10.15448/1980-864X.2015.1.20463>
- Dean, S. (2020, 3 de Noviembre). Twitter flags Trump election tweets as misleading. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/business/story/2020-11-03/twitter-trump-2020-election-night-tweet-disclaimer>
- Deppe, K. D., Gonzalez, F. J., Neiman, J. L., Jacobs, C., Pahlke, J., Smith, K. B. & Hibbing, J. R. (2015). Reflective liberals and intuitive conservatives: A look at the Cognitive Reflection Test and ideology. *Judgment & Decision Making*, 10(4).
- Dilanian, K. (2020, 5 de Noviembre). The Russians have no need to spread misinformation. Trump and his allies are doing it for them. *NBC News*. <https://www.nbcnews.com/politics/2020-election/russians-have-no-need-spread-misinformation-trump-his-allies-are-n1246653>

- Ditto, P. H., Liu, B. S., Clark, C. J., Wojcik, S. P., Chen, E. E., Grady, R. H., Celniker, J. B. & Zinger, J. F. (2019). At least bias is bipartisan: A meta-analytic comparison of partisan bias in liberals and conservatives. *Perspectives on Psychological Science*, 14(2), 273–291. <https://doi.org/10.1177/1745691617746796>
- Faragó, L., Kende, A. & Krekó, P. (2020). We only Believe in News That We Doctored Ourselves: The Connection between Partisanship and Political Fake News. *Social Psychology*, 51(2), 77–90. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000391>
- Fernandes, J. M. & Magalhaes, P. C. (2020). The 2019 Portuguese general elections. *West European Politics*, 43(4), 1038–1050. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1702301>
- Fernández, L. R. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista latina de comunicación social*, (74), 1714–1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Fernández García, B. & Salgado, S. (2020). Populism by the people: An analysis of online comments in Portugal and Spain. *International Conference on Social Media and Society*, 210–219. <https://doi.org/10.1145/3400806.3400831>
- Fessler, D. M. T., Pisor, A. C. & Holbrook, C. (2017). Political Orientation Predicts Credulity Regarding Putative Hazards. *Psychological Science*, 28(5), 651–660. <https://doi.org/10.1177/0956797617692108>
- Fishman, R. M. (2011). Democratic practice after the revolution: the case of Portugal and beyond. *Politics & Society*, 39(2), 233–267. <https://doi.org/10.1177/0032329211405439>
- Flaxman, S., Goel, S. & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298–320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Freelon, D., Marwick, A. & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201. <https://doi.org/10.1126/science.abb2428>
- Freire, A. (2017). *Para lá da "geringonça": o governo de esquerdas em Portugal e na Europa*. Contraponto Editores: Portugal.
- Gorman, S. E. & Gorman, J. M. (2016). *Denying to the grave: Why we ignore the facts that will save us*. Oxford University Press.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B. & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374 LP – 378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
- Guedes, N. (2012). Convergência ideológica? Uma análise comparada dos programas eleitorais do PS e do PSD (1991-2009). *Sociologia, Problemas e Práticas*, 68, 103–125. <http://journals.openedition.org/spp/711>
- Guedes, N. (2016). Esquerda-direita: análise das posições ideológicas do PS e do PSD (1990-2010). *Sociologia, Problemas e Práticas*, 80, 95–116. <http://journals.openedition.org/spp/2110>

- Guess, A., Nagler, J. & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2017). Ten Years After Comparing Media Systems: What Have We Learned? *Political Communication*, 34(2), 155–171. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1233158>
- Halpern, D., Valenzuela, S., Katz, J. & Miranda, J. P. (2019). From Belief in Conspiracy Theories to Trust in Others: Which Factors Influence Exposure, Believing and Sharing Fake News. *International Conference on Human-Computer Interaction*, 217–232. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4_16
- Humprecht, E. (2019). Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies. *Information Communication and Society*, 22(13), 1973–1988. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1474241>
- ISCTE. (2019). *Disinformation risks in Portugal’s election more Brazil than Europe? Risk assessment: online manipulation ahead of the portuguese parliamentary elections*. <https://medialab.iscte-iul.pt/desinformacao-risco-de-interferencia-nas-eleicoes-e-reduzido-2>
- Jalali, C. & Cabral, R. (2003). A investigação do comportamento eleitoral em Portugal: história e perspectivas futuras. *Análise Social*, 545–572. <https://www.jstor.org/stable/41012401>
- Jalali, C., Moniz, J. & Silva, P. (2021). In the Shadow of the ‘Government of the Left’: The 2019 Legislative Elections in Portugal. *South European Society and Politics*, 1–27. <https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1868702>
- Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W. & Sulloway, F. J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological Bulletin*, 129(3), 339. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.3.339>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J. & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094 LP. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lee, E., Karimi, F., Wagner, C., Jo, H.-H., Strohmaier, M. & Galesic, M. (2019). Homophily and minority-group size explain perception biases in social networks. *Nature Human Behaviour*, 3(10), 1078–1087. <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0677-4>
- Leeper, T. J. & Slothuus, R. (2014). Political parties, motivated reasoning, and public opinion formation. *Political Psychology*, 35, 129–156. <https://doi.org/10.1111/pops.12164>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H. & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Lewis, R. & Marwick, A. E. (2017). Taking the red pill: Ideological motivations for spreading online disinformation. *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*, 18–22.

<https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf>

- Lisi, M. (2013). Rediscovering civil society? Renewal and continuity in the Portuguese radical left. *South European Society and Politics*, 18(1), 21–39. <https://doi.org/10.1080/13608746.2012.757450>
- Lisi, M. (2016). U-turn: the Portuguese radical left from marginality to government support. *South European Society and Politics*, 21(4), 541–560. <https://doi.org/10.1080/13608746.2016.1225331>
- Lisi, M. (2019). Portugal: Defeat for the right, challenges for the left. En Sio, L., Franklin, M., Russo, L. (Eds.) *The European Parliament Elections of 2019*, Luiss University Press: Rome, Italy, 225–230.
- Lisi, M., Sanches, E. R. & dos Santos Maia, J. (2021). Party System Renewal or Business as Usual? Continuity and Change in Post-Bailout Portugal. *South European Society and Politics*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1862498>
- Lorenz-Spreen, P., Lewandowsky, S., Sunstein, C. R. & Hertwig, R. (2020). How behavioural sciences can promote truth, autonomy and democratic discourse online. *Nature Human Behaviour*, 4(11), 1102–1109. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0889-7>
- March, L. (2012). Os partidos europeus da esquerda radical após a crise: Marxismo, mainstream ou marginalidade. En L. March & A. Freire (Eds.), *A Esquerda Radical em Portugal e na Europa: Marxismo, Mainstream ou Marginalidade* (QuidNovi, 25–104).
- Marchi, R. (2019, 21 de Diciembre). Um olhar exploratório sobre o partido Chega. *Observador*. <https://observador.pt/opiniao/um-olhar-exploratorio-sobre-o-partido-chega/>
- Marwick, A. E. (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. *Georgetown Law Technology Review*, 2(2), 474–512.
- Mendes, M. S. & Dennison, J. (2020). Explaining the emergence of the radical right in Spain and Portugal: salience, stigma and supply. *West European Politics*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/01402382.2020.1777504>
- MMF. (2021). Portugal: SIC journalists receive torrent of abuse and threats online after Chega investigation. <https://mappingmediafreedom.usahidi.io/posts/23757>
- Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). “News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/201710/Nielsen&Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf
- Nyhan, B. & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303–330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>
- Ordaz, L. V., Calvo, D. & García, G. L. (2018). Conversaciones políticas en Facebook. Explorando el papel de la homofilia en la argumentación y la interacción comunicativa. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 55-73. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1245>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.

- Pena, P. (2018a, 11 de Noviembre). Fake News: sites portuguesas com mais de dois milhões de seguidores. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/11-nov-2018/fake-news-sites-portuguesas-com-mais-de-dois-milhoes-de-seguidores--10160885.html>
- Pena, P. (2018b, 25 de Noviembre). O negócio da desinformação: empresa canadiana faz fake news em Portugal. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/25-nov-2018/o-negocio-da-desinformacao-empresa-canadiana-faz-fake-news-em-portugal--10231174.html>
- Pena, P. (2019a, Abril 7). Chega e Iniciativa Liberal dominam campanha nas redes sociais. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/07-abr-2019/chega-e-iniciativa-liberal-dominam-campanha-nas-redes-sociais-10768894.html>
- Pena, P. (2019b). *Fábrica de mentiras. Viagem ao mundo das Fake News*. Objectiva, Portugal.
- Pennycook, G. & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Pennycook, G. & Rand, D. G. (2019). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*. <https://doi.org/10.1111/jopy.12476>
- Pennycook, G. & Rand, D. G. (2021). Research note: Examining false beliefs about voter fraud in the wake of the 2020 Presidential Election. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/research-note-examining-false-beliefs-about-voter-fraud-in-the-wake-of-the-2020-presidential-election/>
- Pereira, A. & Van Bavel, J. (2018). Identity concerns drive belief in fake news. *PsyArXiv Working Paper*. <http://dx.doi.org/10.31234/OSF.IO/7VC5D>
- Pereira, J. S. (2016). A esquerda radical no período pós-2009: nada de (muito) novo em Portugal? *Oficina Do Historiador*, 9(1), 58–77. <https://doi.org/10.15448/2178-3748.2016.1.22961>
- Público. (2020, 21 de Mayo). Pastores evangélicos promovem André Ventura. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/05/21/politica/noticia/pastores-evangelicos-promovem-andre-ventura-1917509>
- Recuero, R. & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia (São Paulo)*, 41, 31–47. <https://doi.org/10.1590/1982-25542019239035>
- Roets, A. (2017). ‘Fake news’: Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, 65, 107–110. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2017.10.005>
- Rollwage, M., Dolan, R. J. & Fleming, S. M. (2018). Metacognitive failure as a feature of those holding radical beliefs. *Current Biology*, 28(24), 4014-4021. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2018.10.053>

- Russell, A. (2019). 'This time it's different': Covering threats to journalism and the eroding public sphere. *Journalism*, 20(1), 32–35. <https://doi.org/10.1177/1464884918809245>
- Santana-Pereira, J. & Cancela, J. (2021). Demand without Supply? Populist Attitudes and Voting Behaviour in Post-Bailout Portugal. *South European Society and Politics*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1864910>
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR press.
- Shin, J. & Thorson, K. (2017). Partisan selective sharing: The biased diffusion of fact-checking messages on social media. *Journal of Communication*, 67(2), 233–255. <https://doi.org/10.1111/jcom.12284>
- Silva, P. L. (2020, 27 de Mayo). Como um “exército” de perfis falsos quer impor o Chega em Braga. *O Minho*. <https://ominho.pt/como-um-exercito-de-perfis-falsos-quer-impor-o-chega-em-braga/>
- Silverman, C. & Singer-Vine, J. (2016, 6 de Diciembre). Most Americans who see fake news believe it, new survey says. *BuzzFeed News*, 6. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/fake-news-survey>
- Silverman, C., Strapagiel, L., Shaban, H., Hall, E. & Singer-Vine, J. (2016, 20 de Octubre). Hyperpartisan Facebook pages are publishing false and misleading information at an alarming rate. *Buzzfeed News*, 20, 68. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/partisan-fb-pages-analysis>
- Swift, A. (2016, 14 de Septiembre). Americans' trust in mass media sinks to new low. *Gallup News*, 14. <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>
- Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society Open Science*, 4(3). <https://doi.org/10.1098/rsos.160802>
- Uscinski, J. E., Klobstad, C. & Atkinson, M. D. (2016). What drives conspiratorial beliefs? The role of informational cues and predispositions. *Political Research Quarterly*, 69(1), 57–71. <https://doi.org/10.1177/1065912915621621>
- Van Bavel, J. J. & Pereira, A. (2018). The Partisan Brain: An Identity-Based Model of Political Belief. *Trends in Cognitive Sciences*, 22(3), 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2018.01.004>
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wendling, M. (2018, 22 de Enero). The (almost) complete history of “fake news.” *BBC Trending*. <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320>

AUTORES

João Pedro Baptista

João Pedro Baptista es periodista e investigador de la Unidad de Investigación Labcom - Comunicación y Artes, del Departamento de Comunicación, Filosofía y Política de la Universidad de Beira Interior, en Portugal. Tiene una maestría en Ciencias de la Comunicación: Comunicación Pública, Política e Intercultural de la Universidad de Trás-os-Montes y Alto Douro y actualmente disfruta de una beca nacional de doctorado en Ciencias de la Comunicación, de la Fundación para la Ciencia y la Tecnología (FCT) de Portugal, en la Universidad de Beira Interior. Los intereses de su investigación están relacionados con el creciente problema de las fake news y la desinformación online, así como el estudio de la situación de la dicotomía política Izquierda-Derecha enmarcada con el estudio de la comunicación política.

joao.pedro.baptista@ubi.pt

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3684-1923>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=BBvTAgSAAAAJ&hl=pt-PT>

Elisete Correia

Elisete Correia es licenciada en estadística, tiene una maestría y un doctorado en probabilidad y estadística de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Lisboa. Actualmente, es profesora adjunto en la Universidad de Trás-os-Montes y Alto Douro y miembro del Centro de Matemática Computacional y Estocástica (CEMAT), Unidad de Investigación del Instituto Superior Técnico de la Universidad de Lisboa y colaboradora del Centro de Investigación Química - Vila Real. Opera en el área de ciencias exactas con énfasis en Estadística. Publicó varios artículos en revistas científicas internacionales, en artículos técnicos y en actas de congresos. También es revisor de algunas revistas internacionales. Sus líneas de investigación son estadística multivariante, modelado de ecuaciones estructurales, análisis sensorial, diseño experimental.

ecorreia@utad.pt

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1121-2792>

Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?hl=pt-PT&user=Vl_SOC8AAAAJ&view_op

Anabela Gradim

Anabela Gradim es licenciada en Filosofía por la Universidad de Porto. Tiene una maestría, un doctorado y una agregación en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Beira Interior (UBI). Docente de Periodismo, Comunicación y Metodología en la Facultad de Artes y Letras de la UBI. Es coordinadora de la unidad de investigación Labcom - Comunicación, Filosofía y Política, y directora del Doctorado en Ciencias de la Comunicación de la UBI. Sus intereses de investigación son el periodismo, la comunicación científica, la semiótica, la retórica y la interfaz de estas disciplinas con la cibercultura y los medios digitales. Coordinó y participó como investigadora en doce proyectos de investigación, y es autora de libros, capítulos de libros y artículos en las áreas de periodismo, semiótica y comunicación científica.

agradim@ubi.pt

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6968-1957>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=UZL4cFAAAAAJ&hl=pt-PT&oi=ao>

Valeriano Piñeiro-Naval CV

Valeriano Piñeiro-Naval es doctor (con mención europea) en Comunicación Audiovisual, Revolución Tecnológica y Cambio Cultural por la Universidad de Salamanca (2015). En la actualidad ejerce como profesor ayudante doctor en el Departamento de Sociología y Comunicación de esta misma institución. Ha trabajado como investigador post-doctoral en la Universidad Rey Juan

Carlos (Madrid) y en la Universidade da Beira Interior (Covilhã, Portugal), donde disfrutó de una beca nacional de la Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Por otro lado, realizó estancias en la Pontificia Universidad Católica de Chile (Santiago, Chile) y en la Universidad Autónoma de Nuevo León (Monterrey, México). Asimismo, es miembro del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA)

vale.naval@usal.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9521-3364>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=Yp9j2u8AAAAJ&hl=pt-PT>