

# Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas?

## *Verification: squaring the circle against misinformation and fake news?*

Jorge Tuñón Navarro  
Universidad Carlos III de Madrid

Rocío Sánchez del Vas  
Universidad Carlos III de Madrid

### Referencia de este artículo

Tuñón Navarro, Jorge y Sánchez del Vas, Rocío (2022). Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas?. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº23. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 75-95. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6347>.

### Palabras clave

Desinformación; *fact-checking*; verificación; noticias falsas; Unión Europea; España.

### Keywords

Disinformation; Fact-Checking; Verification; Fake News; European Union, Spain.

### Resumen

En las últimas décadas, la desinformación se ha visto multiplicada exponencialmente dentro del panorama informativo. Sin embargo, la pandemia de la COVID-19 ha dado un vuelco a la situación, volviéndola crítica. Las noticias falsas se han tornado

un verdadero problema para la salud pública, diseminándose más rápido incluso que la información verdadera. En este sentido, para luchar contra la desinformación, se han consolidado diversas iniciativas de *fact-checking* por todo el mundo, en particular, tras la crisis sanitaria. Por su parte, la Unión Europea es una de las organizaciones más expuestas a las noticias falsas. Es por ello por lo que cuenta con diversos actores para hacerle frente. Igualmente, España también presenta varias experiencias de verificación de noticias. Por otra parte, las empresas tecnológicas juegan también un papel clave y algunas de ellas ya han comenzado a implementar mecanismos contra la pandemia de bulos. No obstante, la verificación de datos se encuentra bajo debate ante la posibilidad de que esta produzca un efecto inverso (*backfire effect*). Ante ello, se ha llevado a cabo un estudio documental bibliográfico de investigaciones precedentes, combinado con un análisis cualitativo no experimental de los resultados obtenidos. El objetivo del mismo ha sido comprender el fenómeno del *fact-checking*, su evolución y características con el fin de analizarlo como potencial solución final a la desinformación. A partir de esta investigación, se busca la retroalimentación desde la academia científica/universitaria con el objetivo de ampliar su conocimiento sobre el fenómeno desinformativo. Por tanto, los resultados de esta investigación cuentan con una clara vocación de servicio público (europeo).

### **Abstract**

In the last decades, disinformation has been multiplied exponentially within the information landscape. However, the COVID-19 pandemic has turned the situation critical. Fake news have become a real public health problem, spreading even faster than true information. To combat fake news, several fact-checking initiatives have been set up around the world, particularly in the context of the current health crisis. For its part, the European Union is one of the most exposed international organisations towards disinformation. It, therefore, counts on various stakeholders and tools to face it. Likewise, Spain also presents several experiences of news verification. On the other hand, technology companies also play a key role to fight against hoaxes, and some of them have already started to implement mechanisms against fake news. However, data verification is under debate due to the possibility of a backfire effect. In view of this, this paper has carried out a bibliographic review of previous research, combined with a non-experimental qualitative analysis of the results obtained. The aim has been to understand the phenomenon of *fact-checking*, its evolution and characteristics in order to analyse it as a potential final solution to disinformation. From this research, feedback from the scientific/university academia is sought in order to broaden their knowledge of the disinformation phenomenon. Therefore, the results of this study have a clear European public service vocation.

## **Autores**

Jorge Tuñón Navarro [jtuñon@hum.uc3m.es] es profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid.

Rocío Sánchez del Vas [rocio.sanchezvas@alumnos.uc3m.es] es becaria en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid.

## **Reconocimiento de la investigación**

Este trabajo se circunscribe en el marco de diferentes proyectos de investigación, de los que forman parte los autores. A saber: 1) la Red Europea OPENEUDEBATE: Matching politics with policy (Jean Monnet– Erasmus REF: 587167-EPP-1-2017-1-ES-EPPJMO-MODULE <http://openeudebate.eu/>); 2) la Cátedra Jean Monnet EUDFAKE: EU, disinformation and fake news (Call 2019 – 610538-EPP-1-2019-1-ES-EPPJMO-CHAIR); 3) el Proyecto nacional “Racionalidad y contrarrecognition. Epistemología de la detección de falsedades en relatos informativos” (RTI2018-097709-B-I00); o 4) el Proyecto de investigación I+D (Excelencia): “Desafíos del proceso de construcción de un espacio europeo de Derechos Fundamentales” (DER2017-83779-P). Igualmente, el trabajo es también deudor de la beca de colaboración en investigación con departamentos universitarios, concedida por el Ministerio de Educación y Formación Profesional a Dña. Rocío Sánchez del Vas, durante el curso académico 2021/2022.

## 1. Introducción

En la actualidad, el panorama informativo está cada vez más caracterizado por la información errónea (*misinformation*) y la desinformación (*disinformation*) (Pamment y Lindwall, 2021). De este modo, el término «fake news» hace referencia a todo aquel contenido que tiene la intención de desinformar al público de manera deliberada. Es decir, toda aquella información fabricada, que se aprovecha de las creencias públicas existentes para influir en el comportamiento de las audiencias (Waisbord, 2018).

En este sentido, al tiempo que el grado de desinformación presente en la esfera pública ha crecido, existen diferentes estrategias para combatirla. Ante ello, se ha argumentado que el marcado y la verificación pueden ser unas de las estrategias más efectivas y recurrentes para hacer frente a la desinformación. No obstante, no se ha alcanzado aún un consenso en torno a cuál es la más apropiada.

Si bien se ha demostrado que la desinformación se disemina seis veces más rápido que la información verídica (Vosoughi, Roy y Aral, 2018), tal vez la verificación o *fact-checking* no sea por sí misma, suficiente para contener los flujos desinformativos. Es por ello que hay quienes postulan por utilizar también, alternativa o consecutivamente, las herramientas de los enmarcados o *framing* (Tuñón, 2021a).

El *framing* se fundamenta en el análisis acerca de la deconstrucción discursiva en la esfera pública de los problemas (Gamson, 1989 y 1992). Ante ello, George Lakoff (2004), defiende que la repetición de un marco, aunque sea para combatirlo, lo extiende. «La negación de un marco implica su evocación y activación en el cerebro de la audiencia expuesta a él. La repetición y circulación de un marco, ya sea para afirmarlo o para refutarlo, lo activa» (Tuñón, Oleart y Bouza, 2019:149). Por otra parte, el *fact-checking* es una práctica que ha crecido exponencialmente en los últimos años (Singer, 2018) y su estrategia para combatir la desinformación es simple: señalar y desmentir las falsedades que circulan en la esfera pública (Coddington, *et al*, 2014).

## 2. Metodología de estudio

Esta investigación se fundamenta en un estudio documental bibliográfico de investigaciones precedentes, combinado con un análisis cualitativo no experimental de los resultados obtenidos, poniendo especial énfasis en las variables cuantitativas de los mismos.

De este modo, el estudio ha utilizado una metodología cualitativa, mediante la cual se ha seleccionado literatura reciente sobre el tema a evaluar que arroja resultados novedosos sobre el mismo. Así pues, a través del análisis de las investigaciones seleccionadas, los investigadores han interpretado cuáles eran aquellas que daban

voz y significado al tema en su conjunto. Por ello, los documentos escogidos consisten, tanto en estudios teóricos, como en investigaciones empíricas.

La bibliografía es diversa y variada, contando con metodologías diferentes y teorías distintas (en ocasiones contrapuestas), lo que ha ayudado a reducir el posible sesgo, que podría surgir en un estudio bibliográfico que utiliza un único método de investigación.

Para definir mejor el enfoque del artículo, se han elegido mayormente referencias bibliográficas relativamente recientes que abordan la desinformación desde distintas perspectivas y ángulos, poniendo el foco en las iniciativas de *fact-checking*/verificación, pero con una mirada global al conjunto de los actores implicados en la lucha contra las noticias falsas.

Igualmente, se ha empleado el análisis temático para extraer los temas de los documentos seleccionados, reconociendo patrones y características comunes dentro de los mismos e identificando los temas emergentes. El análisis de las categorías y de sus propiedades ha permitido identificar las relaciones entre los temas y los atributos. Del mismo modo, se ha empleado el método comparativo para el contraste de teorías.

Seguidamente, se han examinado detenidamente los datos seleccionados, construyendo categorías basadas en las características de los datos. El objetivo ha sido el de descubrir temas pertinentes sobre fenómeno a estudiar. Consecuentemente, dichas categorías han conformado los subapartados del presente artículo.

### 3. El fenómeno del *fact-checking*

Según Pamment y Lindwall (2021), el *fact-checking* se podría definir como el proceso que engloba la comprobación y verificación de los datos e informaciones de un determinado texto, artículo, discurso... Este trabajo es llevado a cabo tradicionalmente por periodistas, salas de redacción y analistas políticos. Así pues, su práctica deriva de la necesidad de hacer que los gobernantes rindan cuentas de sus afirmaciones.

En los últimos tiempos, el fenómeno de la verificación se encuentra en eclosión. De hecho, según los datos recogidos por el *Duke Reporter's Lab*<sup>1</sup>, el centro de investigación periodística perteneciente a la Sanford School of Public Policy de la Universidad de Duke, a fecha de noviembre de 2021, hay registrados un total de 349 medios de *fact-checking* repartidos por todo el mundo. Esta cifra supera a los 237 *fact-checkers* activos que el Laboratorio reportaba a principios de abril de 2020 (Stencel y Luther, 2020). Este aumento demuestra cómo el «factor pandemia» ha influido de manera significativa en la proliferación masiva de estas organizaciones.

---

<sup>1</sup> Duke Reporters' Lab. <https://reporterslab.org/>

La evolución de las iniciativas de verificación viene siguiendo un recorrido diferente dependiendo de los contextos territoriales de aplicación, del desarrollo mediático, de los usos digitales, así como las propias tipologías de verificación. Es por ello que los distintos verificadores se adaptan a los contextos locales. Así, mientras que en Chequeado ha creado Chequeabot para la automatización de la verificación de contenidos, Snopes cuenta con su propio espacio para las leyendas urbanas o Poynter un listado de bromas del día de los inocentes, la propia UE cuenta con su blog de los Euromitos, un inacabable listado sobre falsos mitos y bulos atribuidos a la UE (Magallón, 2019:137; Tuñón, Bouza y Carral, 2019).

En este sentido, cabe destacar la importancia de la International Fact-Checking Network (IFCN). Esta red fue creada en 2015 por el Poynter Institute y, según señalan en su página web, busca «reunir a la creciente comunidad de *fact-checkers* de todo el mundo y a los defensores de la información objetiva en la lucha mundial contra la desinformación».

La IFCN apuesta por la excelencia en los procesos de verificación periodística, lo que asegura que los equipos que realizan esta labor cumplen con una serie de principios éticos que garantizan la imparcialidad y profesionalidad de sus verificaciones. Estos procesos son rigurosos y múltiples con el fin de garantizar el éxito de los desmentidos. De este modo, se organizan en fases entre las que se incluyen la identificación y comunicación, discusión, aprobación y publicación de las verificaciones (Bernal-Triviño y Clares-Gavilán, 2019). En la actualidad, la IFCN cuenta con 89 firmantes verificados, es decir, organizaciones de verificación de datos que se comprometen con las especificidades de su Código de Principios que abordaremos más adelante.

Por otra parte, una buena parte de las iniciativas de verificación actuales imitan y adaptan a contextos locales aquellos modelos de verificación tomados como referentes. Entre los mismos y uno de los más replicados en la actualidad es First Draft News que, desde 2015, ha participado activamente en diferentes procesos electorales, ofreciendo asesoría teórica y práctica sobre cómo detectar, verificar y publicar contenido procedente de las redes sociales, incidiendo en: fotografías y videos de testigos presenciales; imágenes incorrectamente acreditadas o/y manipuladas que circulan en línea; afirmaciones y contenidos difundidos por redes sociales y mensajería privada; o fraudes y desinformaciones diseminadas para obtener beneficios políticos o/y económicos.

No obstante, también se han constatado iniciativas desde el ámbito de las empresas periodísticas tradicionales. Por ejemplo, Les Décodeurs es un proyecto del diario francés Le Monde, que divide los sitios web en cuatro categorías: los satíricos; los que publican una gran cantidad de información falsa; aquellos de enfoque cuestionable; y los de noticias. A través de un *software* abierto califican las webs o medios

verificados dentro de las siguientes categorías: colaborativos; parodia; muy poco fiables; poco fiables y más bien fiables (Magallón, 2019:138).

La verificación cuenta hoy con un papel clave dentro de la sociedad, ya que los *fact-checkers* se mueven por debajo del radar de los medios y de la agenda pública. De esta forma, comprueban informaciones que se diseminan a través de las redes sociales y sistemas de mensajería online (Magallón, 2020).

#### **4. Europa, desinformación y *fact-checking***

La Unión Europea (UE) es una de las organizaciones más expuestas a la desinformación en redes sociales (Tuñón y Elías, 2021). Por mucho que, la UE en general y la Comisión Europea en particular, hayan recientemente iniciado una cruzada contra la desinformación, esta es una problemática sobre la que redes de cooperación de medios y *fact-checkers* llevan tiempo trabajando (Tuñón, 2021c). Es por ello que ha comenzado a desarrollarse en Europa el trabajo de verificadores. En concreto, Europa cuenta actualmente con 99 activas, destacando Francia, donde se sitúan 17 de ellas, según el *Duke's Lab Report*. A ello también se suma las iniciativas de verificación lanzadas desde los propios medios tradicionales: Désintox y Check News (Libération), Décodeurs (Le Monde).

Por otra parte, la invitación a la red internacional de verificadores a formar parte del grupo de alto nivel de la UE contra la desinformación ha supuesto un reconocimiento del interés de estas organizaciones, para la propia UE (Tuñón y Bouza, 2021). Precisamente, en una investigación recientemente publicada (Tuñón, Oleart y Bouza, 2019), se ha tratado de arrojar luz sobre los actores involucrados en la comunicación europea en general, y sobre las iniciativas de verificación o *fact-checking* paneuropeas o transnacionales en particular.

En la actualidad, la UE cuenta con una gran diversidad de actores en la lucha contra la desinformación. A excepción del grupo de alto nivel sobre noticias falsas y desinformación de la Comisión, la red construida acerca de las iniciativas europeas para combatir la desinformación identifica cuatro subespacios o *clusters* bastante homogéneos y con poca o ninguna colaboración entre ellos. En este sentido se pueden identificar los grupos de trabajo institucionales, la red de *fact-checkers*, la red medios de referencia y la red de medios alternativos.

Tal y como señalan Tuñón, Oleart y Bouza (2019), se trata de un espacio competitivo y en proceso de jerarquización. De este modo, considerando que los grupos compiten entre sí por la hegemonía por la mejor estrategia de la UE contra la desinformación, así como por su institucionalización, parece que se erigen las estrategias de *fact-checking*.

Asimismo, la red también descubre la existencia de algunas discrepancias dentro de la rama ejecutiva de las instituciones europeas, en tanto en cuanto el Servicio

Europeo de Acción Exterior (SEAE) colabora con actores muy distintos de los que seleccionó la Comisión Europea, para el grupo independiente de alto nivel. Ello denota, claramente, que no existe un consenso evidente dentro de las instituciones europeas sobre cómo (y quién) dar respuesta a la desinformación. Mientras que la Comisión parece preferir a los verificadores (*fact-checkers*), la SEAE promueve la creación de un nuevo *cluster* geopolítico.

Los resultados de la mencionada investigación aplicada confirmaron que «se está conformando un campo de la comunicación europea, donde diferentes *clusters* están compitiendo por ser el intelectual orgánico de la UE para dar respuesta a la desinformación a nivel europeo. Estamos frente a una disputa por convertirse en el intelectual orgánico de Europa en materia de desinformación» (Tuñón, Oleart y Bouza, 2019:154-155).

## 5. La verificación en España

Por su parte, en ámbito nacional español cabe reseñar diversas experiencias de verificación de noticias activas reportadas por el *Duke Reporter's Lab*, siendo el caso de EFE Verifica, Newtral.es, Maldita.es, Polétika y Verificat. No obstante, tan solo Newtral, Maldita, EFE Verifica y Verificat forman parte del IFCN. Además, conviene destacar que en España también actúan los *fact-checkers* de la agencia francesa AFP Factual, perteneciente al IFCN, publicando desmentidos en español. A continuación, se ilustran las iniciativas de *fact-checking* españolas:

Por un lado, Newtral<sup>2</sup> (Newtral Media Audiovisual SL), se trata de una *startup* de medios y tecnología, propiedad de la periodista Ana Pastor. La compañía publica informes de verificación de hechos en su sitio *web*, contando con un servicio de verificación por *WhatsApp*. También produce de manera independiente otros contenidos de medios, entre ellos se incluye «El Objetivo» de la Sexta, un programa semanal con informes de verificación de hechos, que Pastor todavía sigue dirigiendo y que servía como experiencia de verificación en la televisión comercial, antes de la creación específica de Newtral. La iniciativa es políticamente independiente y genera ingresos con sus servicios de producción para grupos de comunicación, redes sociales y otras plataformas.

Por otro lado, Maldita.es<sup>3</sup> es un proyecto independiente que desacredita la información falsa que aparece en las redes sociales y en la prensa. Cofundado por Clara Jiménez y Julio Montes, dos profesionales del periodismo que anteriormente trabajaron para la red de televisión la Sexta. Maldito Buló es principalmente un esfuerzo voluntario que genera ingresos limitados, para apoyar su plataforma técnica a partir del trabajo con otros medios de comunicación españoles. Así pues, la iniciativa

---

2 Newtral: <https://www.newtral.es/>

3 Maldita.es: <https://maldita.es/>



depende de las redes sociales para alcanzar su fin. Es por ello que aprovechan la diversidad de todas las plataformas (Bernal-Triviño y Clares-Gavilán, 2019), como es el caso del servicio de WhatsApp, el cual proporciona formas para que los usuarios envíen posibles engaños a los periodistas para su eventual contrastación.

EFEVerifica<sup>4</sup> es un servicio lanzado en 2019 por la Agencia internacional de noticias EFE. Desde la plataforma comprueban la veracidad de contenidos y mensajes que se viralizan por la red y se difunden en el discurso público. Además, también explican y contextualizan sucesos que generan confusión entre la ciudadanía. Su misión es «mejorar el conocimiento y la comprensión de la sociedad por parte de los ciudadanos para que puedan contribuir al debate público y tomar decisiones fundamentadas».

En cuanto a Poletika<sup>5</sup>, fue creado por una coalición de grupos activistas liderados por Oxfam Intermón y CIECODE para seguir las promesas políticas hechas en el período previo a las elecciones generales de España en 2015 y 2016, por parte de los diferentes partidos políticos concurrentes. Su sistema de valoración consiste en atribuir diferentes emoticonos que indican si se ha abordado un problema, la concreción de las propuestas y el historial de los candidatos sobre el tema.

Por su parte, Verificat<sup>6</sup> es una plataforma de *fact-checking* sin ánimo de lucro fundada en 2019 Cataluña por los periodistas Alba Tobella, Lorenzo Marini, Carina Bellver, Carola Solé y Roser Toll. Verificat se dedica a desmentir la desinformación que circula en Cataluña, verificando el discurso político, así como el contenido que circula en redes, publicando tanto en catalán como en castellano. También cuentan con un programa educativo para fomentar la lectura crítica de la información. La organización cuenta con el apoyo de Open Society Foundation y de Barcelona International Public Policy Hub (BIPP HUB).

## 6. Los *fact-checkers* ante la infodemia

Tal y como señala Tuñón (2021b), en los últimos años, hemos asistido a diversas prácticas desinformativas con distintos orígenes, en las que los hechos fueron reconvertidos o reformulados, como instrumentos al servicio de determinadas estrategias políticas, llegándose incluso a fabricar «realidades paralelas». Entre ellas se encuentran las elecciones de Trump, el referéndum del Brexit, el simulacro de referéndum del 1 de octubre de 2017 en Cataluña, las elecciones europeas de 2019, o, más recientemente, la pandemia de COVID-19. No obstante, la diseminación de noticias falsas relativas a la salud no es nueva, pues ya constituía un grave problema anterior a la crisis de la COVID-19 (Masip y Palomo, 2020).

4 EFE Verifica <https://verifica.efe.com/>

5 Poletika: <http://www.poletika.org/>

6 Verificat: <https://www.verificat.cat/>

La desinformación busca ofrecer respuestas rápidas a fenómenos sociales bastante amplios y complejos (Magallón 2020). De esta forma, esta se aviva aún más cuando acontecen fenómenos gobernados por el caos, la aleatoriedad y la incertidumbre, así como en situaciones de extraordinaria emergencia (García-Marín 2020). Y es que, como apunta Carral (2021), en tiempos de bonanza, los bulos no tienen la misma repercusión, difusión y viralización que en momentos de crisis.

Este es el caso de la pandemia del COVID-19, donde la incertidumbre, el miedo y la preocupación se han convertido en un perfecto caldo de cultivo para el surgimiento de informaciones falsas (Peña, *et al.* 2021), llegando incluso a convertirse en la mayor ola de desinformación de la historia (Valera, 2020). En este sentido, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ya declaraba en febrero de 2020 que había que hacer frente a la «infodemia», explicando que «las noticias falsas se propagan con más rapidez y facilidad que el propio virus, y son igual de peligrosas» (OMS, 2020)

Según apunta Salaverría, *et al.* (2020), el inédito impacto sanitario, social, económico y político de la crisis del coronavirus ha multiplicado la divulgación de informaciones deliberadamente falsas, las cuales se han convertido en un verdadero problema sanitario. En este sentido, las redes sociales han sido el caldo de cultivo de las noticias falsas y la principal fuente de difusión de bulos durante la crisis de la COVID-19 (Casero-Ripollés, 2020).

Carral (2021) explica que la incertidumbre de la pandemia llevó a la ciudadanía a aumentar las presiones sobre la comunidad científica para que les suministraran respuestas. De hecho, la pandemia produjo un aumento del consumo de noticias (Casero-Ripollés, 2020). No obstante, ante vacío informativo oficial, las comunidades de toda especie temática como los antivacunas, los negacionistas, o incluso ciertos partidos políticos de naturaleza pública tomaron el relevo difundiendo informaciones erróneas, de manera interesada (Carral, 2021)..

De este modo, aumenta la importancia de las plataformas de *fact-checking*, las cuales han elevado su número como consecuencia del incremento de contenidos falsos y la desinformación originada durante la pandemia de la COVID-19 (Agudo y Serrano, 2021). Es por ello por lo que, durante la crisis del coronavirus, los *fact-checkers* han desarrollado un rol fundamental, llevando a cabo una intensa actividad informativa fundamentada en el contraste y la verificación de contenidos falsos que se difunden a través de redes sociales u otras plataformas. Entre ellos, destacan los bulos en relación al origen del virus, falsos tratamientos curativos, teorías de la conspiración o los supuestos efectos adversos relativos a las vacunas.

En este sentido, Magallón (2020) explica que, durante las primeras semanas de la pandemia, fue de mayor relevancia y urgencia pública frenar la desinformación emergente, antes incluso que dar una información parcial o incompleta de la evo-

lución de la situación. Ante ello, verificadores de distintos países se juntaron para frenar el auge de las noticias falsas por todo el mundo.

Este es el caso de la Alianza #CoronavirusFacts, desarrollada por la ya mencionada IFCN, que aúna a más de 100 *fact-checkers* internacionales. Desde su puesta en marcha en enero de 2020 ya ha realizado más de 9.000 verificaciones en más de 70 países y en más de 40 lenguas.

Desde Poynter (2020) afirman que esta alianza es «el mayor proyecto de colaboración lanzado en el mundo de la verificación». De esta forma, señalan que han tenido que hacer frente a desafíos y retos evidentes tales como las diferencias lingüísticas y horarias entre *fact-checkers*. No obstante, explican que «el más duro de ellos es que no se sabe cuándo terminará la crisis».

La colaboración, la cooperación y la transparencia suponen los pilares fundamentales de su trabajo, en tanto en cuanto los contenidos falsos se difunden rápidamente a escala global. «Los miembros se ven mutuamente como socios en una gran redacción internacional. No estamos compitiendo», expresan.

Bajo el paraguas de la Alianza #CoronavirusFacts, en abril de 2020 surge la red LatamChequea, en la que diversos verificadores de Latinoamérica (también de España) se juntaron para compartir la información producida y unir esfuerzos en el proceso de verificación (LatamChequea, 2020). «Las desinformaciones que circulan en muchos casos son las mismas en distintos países y poder contar con el trabajo de otros ayuda a desmentir más rápidamente las falsedades y evitar su propagación», señalan.

Actualmente, LatamChequea, apoyada por Google, cuenta con 35 organizaciones coordinadas por Chequeado (Argentina) y donde destacan las españolas EFE Verifica, Maldita y Newtral. Así pues, cabe mencionar que cuentan con una base de datos en portugués, la cual está liderada por la Agencia Lupa (Brasil). Tanto la base en español, como en portugués se fundamentan en la información elaborada por la IFCN.

La rapidez en la respuesta coordinada de los diferentes equipos de *fact-checkers* de todo el mundo ha sido y está siendo una de las peculiaridades de la pandemia, resultando imprescindible para dar solución global y veloz a los procesos de desinformación, difundidos a escala internacional (Tuñón, 2021a).

Por tanto, los medios deben consolidar su credibilidad con respecto a las audiencias con el fin de que estas recuperen su confianza en los mismos, apostando por un periodismo sosegado, de verificación y profundización de los temas (Alonso, 2019).

## 7. El *backfire effect* y los sesgos cognitivos

Como vemos, las opciones de verificación de contenidos se están desarrollando e innovando de forma rápida y eficaz. En este sentido, algunos autores argumentan

que el *fact-checking* podría ser relativamente efectivo en el corto plazo, puesto que parte de la idea de que dichas noticias falsas ya son ‘mainstream’ y, por tanto, es necesario contraargumentarlas. (Tuñón, Oleart y Bouza, 2019)

Sin embargo, la estrategia de la verificación plantea ciertos problemas desde la perspectiva del *framing*. Tal y como argumentan Tuñón, Oleart y Bouza (2019), a pesar de las ventajas que inicialmente se pueden observar en el modelo de *fact-checking*, los verificadores, al refutar informaciones erróneas que se difunden en la esfera pública, también reproducen sus marcos. Es decir, amplifican la desinformación, más incluso que si simplemente no se hubiera actuado contra tales mentiras y marcos. De esta forma, la repetición hace que la información sea más familiar, y la información familiar se percibe generalmente como más veraz que la información nueva (Lewandowsky, 2020).

Por otra parte, hay que tener en cuenta que el ser humano evita procesar opiniones que refuten sus creencias debido a los sesgos cognitivos que configuran los límites de su intelecto. De esta forma, tiende instintivamente a confiar en todo aquello que reafirma sus ideales y que confirma sus creencias, el llamado sesgo de confirmación. Por tanto, le parecen más verosímiles aquellas informaciones que se sujetan a las concepciones que tiene férreamente arraigadas en su imaginario mental.

Frente a ello, y a pesar de la creación de importantes iniciativas de *fact-checking* que ya hemos analizado, se ha abierto abierto el debate sobre si la verificación de noticias y el *debunking* ayudan realmente a contrarrestar los efectos que genera la desinformación y la información errónea (Pamment y Lindwall, 2021). O sí, por el contrario, sirven para re-enmarcar y dar mayor vuelo a las falsedades. En este sentido, se cuestiona si el *fact-checking* podría crear un efecto contrario al deseado, fortaleciendo la desinformación y, por consiguiente, su creencia en la misma (Lewandowsky, 2020). Este fenómeno recibe el nombre de *backfire effect*.

Los intentos de combatir las noticias falsas mediante la verificación y la denuncia muchas veces no solo no lograrían persuadir a la población, sino que a menudo reforzarían estas concepciones, poniendo en tela de juicio la hegemonía de los *fact-checkers* (Tuñón, 2021a y 2021b). Como consecuencia de este fenómeno, la demostración empírica de la falsedad de ciertas noticias falsas por parte de profesionales no afectaría a aquellos colectivos que se nutren de las informaciones erróneas que reafirman sus pensamientos. Es por ello por lo que, aun habiéndose comprobado la falsedad de algunos de los contenidos que circulan por la red, todavía existen colectivos, que vinculan las vacunas con el autismo o, más recientemente y como consecuencia de la pandemia, que haya quienes ligen el origen de la COVID-19 con las antenas 5G o su creación en laboratorios (Masip y Palomo, 2020).

El fenómeno del *backfire effect* ha sido estudiado por expertos como Nyhan, *et al.* (2010), cuya investigación refleja que la contrargumentación de las falsas creencias en los ciudadanos no consigue reducir las percepciones erróneas de los mismos.

De hecho, señala que esta verificación puede reforzar incluso las ideas erróneas entre los individuos más comprometidos.

No obstante, en contraposición, un estudio más reciente desarrollado por Ecker, *et al.* (2019) refuta esta teoría, explicando que no han encontrado evidencias de que la verificación produzca *backfire effect*. Por el contrario, sugiere para contrargumentar las afirmaciones erróneas un enfoque de «más es más». Es decir, a mayor verificación, más ventajas. Así pues, uno de sus coautores afirma que no hay que abstenerse de intentar desacreditar o corregir la información errónea, por miedo a que al hacerlo se incrementen las creencias en la información falsa (Lewandowsky, 2020).

A pesar de ello, la investigación también señala los límites de la verificación y es que las creencias preexistentes pueden ser el mayor obstáculo para corregir las ideas erróneas. Por tanto, puede ocurrir que proporcionar más información al refutar afirmaciones falsas solo será útil cuando la información presentada se capte con una mente abierta. De este modo, recalcan que el enfoque «más es más» de la verificación puede no servir en aquellas personas con concepciones más arraigadas (Ecker, *et al.*, 2019).

En este sentido, conviene tener en cuenta que si la presentación de demasiados contraargumentos pudiera conllevar el riesgo de que se produzca *backfire effect* (Cook y Lewandowsky, 2011; Lewandowsky, *et al.*, 2012), sería conveniente utilizar un número pequeño y óptimo de contraargumentos (Shu y Carlson, 2014) a la hora de diseñar refutaciones y campañas de información pública eficaces (Ecker, *et al.*, 2019). Por tanto, hay que tener en cuenta que bien si la verificación puede reducir las falsas creencias de la gente, la desinformación sigue influyendo en el pensamiento de las personas, incluso después de recibir y aceptar una corrección (Lewandowsky, 2020).

## **8. Plataformas digitales y los *fact-checkers* unidos contra la desinformación**

Tanto la verdad como la mentira se están viendo afectadas por las nuevas tecnologías, las cuales se fundamentan en la rapidez e instantaneidad, llegando a considerar las noticias falsas como una suerte de valor lógico de la información (Alonso, 2019). De este modo, la estrategia para luchar contra la desinformación no solo implica a los medios de verificación o *fact-checking* y a actores públicos como los estados o las organizaciones supranacionales, sino también la participación colaborativa de las empresas tecnológicas. Estas, en un principio se mostraron más reacias a colaborar, rechazando su naturaleza de medios de comunicación y por tanto su obligación de asumir la responsabilidad del control de la información que diseminan (Tuñón, 2021a).

En puridad, las grandes plataformas de internet (Facebook, Twitter y Google como las más representativas), «como prestadores de servicios de la información, sí tie-

nen responsabilidades que derivan de su inmenso poder informativo y no pueden ser considerados estrictamente como compañías tecnológicas neutrales» (Pauner, 2018:307). De hecho, las plataformas y redes sociales, en cuanto a instrumentos de difusión de informaciones, deben responder en relación a los contenidos que difunden y en relación a problemáticas derivadas de los mismos en su relación con la veracidad.

A pesar de sus reticencias iniciales, algunas empresas (poco a poco y ante la posibilidad de perder acceso a un mercado tan goloso como son los 450 millones de ciudadanos de la UE) ya han emprendido el camino y han virado hasta una posición intermedia, mediante la cual aceptan corresponsabilizarse en la creación de un espacio virtual, donde los ciudadanos puedan informarse de manera segura, erigiéndose, por tanto, en un socio indispensable en la lucha contra los bulos y las desinformaciones.

De hecho, Facebook (ahora denominado Meta), a través de un Programa de verificación de datos independiente<sup>7</sup>, trabaja con verificadores certificados por la IFCN, encargados de identificar, revisar y calificar la información viral en todas sus plataformas. De este modo, el programa consiste en que primero la empresa identifica las noticias falsas, tras ello, los *fact-checkers* revisan el contenido, verifican la información y califican su veracidad. Después, se etiqueta el contenido como «Falso», «Modificado» o «Parcialmente falso» y se informa a los usuarios, sobre el mismo. Además, la empresa reduce su distribución para que menos personas lo vean y toma medidas contra los reincidentes.

En 2020, la IFCN elaboró un informe sobre el estado de la verificación de datos en ese año y reportó que el 43% de los encuestados obtenían la mayor parte de su financiación del programa de verificación de datos de Facebook. En este sentido, Mantas (2021) señala que las empresas tecnológicas se ayudan de los *fact-checkers* en su lucha contra la desinformación, mientras que las organizaciones de *fact-checking* obtienen de ellas financiación y visibilidad para fomentar su trabajo y su misión.

Como podemos ver, técnicamente las plataformas proveedoras de servicios por internet ya han comenzado a implementar algunos mecanismos para combatir las noticias falsas. Esta verificación, por lo general, responde a dos tipologías. De una parte, el filtrado o el marcado del contenido; y de otra su bloqueo. En la práctica, responden a dos concepciones ante la detección de una falsedad: su bloqueo o eliminación con los problemas en términos de posibles quejas de censura que ello conlleva; o el mero filtrado y marcado, es decir detectada la falsedad, la etiqueta, pero sigue a disposición del usuario, quien siempre podrá advertir que dicho contenido ha sido calificado como verídico, falso o mentiroso.

---

7 Programa de verificación de datos independiente de Facebook: <https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking>

De cualquiera de las maneras y se opte por la opción que se escoja, queda implícito un proceso de cotejo y verificación de los contenidos respecto a la realidad. Cabe ahora preguntarse sobre cómo realizan las redes sociales esa tarea de cotejo y verificación. Tres han sido hasta la fecha las posibles soluciones adoptadas, optándose (en ocasiones) por la combinación de varias de ellas: la revisión humana, la co-revisión involucrando a los usuarios, o las soluciones tecnológicas ancladas en algoritmos.

En primer lugar, la solución exclusivamente humana pasaría por que las plataformas contratasen a una serie de profesionales acreditados para la verificación y contrastación de hechos, como es el caso de Facebook. A priori, parece una solución óptima, ya que el juicio humano parece más confiable que las máquinas a la hora de detectar mensajes irónicos, provocadores o irrelevantes. Sin embargo, también es cierto que debido a la inmensidad de flujos (des)informativos en la red, sería una solución costosísima, que además contaría con el *hándicap* de la parcialidad y la subjetividad humana, no solamente en el mismo proceso de verificación, sino también a la hora de seleccionar los contenidos a verificar, pudiéndose producir sesgos graves en el proceso.

En segundo lugar, las soluciones colaborativas pretenden abrir el proceso de evaluación de noticias a los usuarios de las redes, quienes las podrían calificar según su propio criterio, constituyendo una suerte de etiquetado de las mismas, de manera voluntaria y similar al proceso colaborativo de la Wikipedia. Ciertamente, supondría un modelo más democrático, pero también más fácilmente manipulable por grupos de personal, *bots* o *trolls*, que tengan interés por diseminar idénticas informaciones, tergiversadas o falsas.

Esta solución es llevada a cabo por Twitter, quien ha desarrollado un programa piloto denominado *Birdwatch* a través del cual, usuarios individuales (*birdwatchers*) escriben notas aportando contexto adicional a aquellos *tweets* que consideran que cuentan con información engañosa. Según anuncian en su página *web*, estas notas añadidas no se muestran directamente en los *tweets*, pero están disponibles a través del sitio de *Birdwatch*, aunque solo para personas ubicadas en Estados Unidos.

Además, en julio de 2021, Twitter anunció que comenzaría a trabajar junto a los *fact-checkers* de Reuters y The Associated Press, ambos pertenecientes a la IFCN, que ayudarían al equipo de *Birdwatch*. (Mantas, 2021). Igualmente, en un comunicado de Associated Press, se anuncia que Twitter trabajaría con ellos para difundir sus verificaciones en los Twitter Moments, las tendencias y «otras superficies dentro de la plataforma» (A.P., 2021).

Por último, cabe la posibilidad de afrontar la verificación por medios tecnológicos, concretamente gracias a la modificación de los algoritmos de selección de noticias, consiguiendo que los mismos otorguen mayor peso a las *webs* más fiables, haciendo a su vez menos visibles los recursos de menor credibilidad. Aunque las tecnológicas

defiendan que los algoritmos están libres de sesgo ideológico, es incuestionable que nos son equitativos, sino que (por el contrario) incluyen las variables que les introducen sus creadores. Es por ello que, si bien sería una opción de bajo coste económico y gran facilidad y eficiencia de implementación, comportaría también el riesgo de que empresas privadas puedan incluir en sus algoritmos sesgos ideológicos que restrinjan la libertad de expresión, en forma de una solapada censura.

En todo caso, «el avance en las técnicas de verificación que están comenzando a implementarse tanto en medios de comunicación, como en las redes sociales, debe ajustarse, como mínimo, a los estándares internacionales consensuados en esta materia, enumerados en el Código Internacional de Principios de Verificación de Datos» (Pauner, 2018:315).

En particular, el Código de la Red Internacional de Verificadores (ICFN), que tiene su sede en el Instituto Poynter sobre medios de comunicación, se refiere al menos a cinco exigencias fundamentales: a) el apartidismo y la igualdad en la aplicación de técnicas de verificación, evaluándose las reclamaciones bajo el mismo criterio sin centrar la evaluación en una única versión de los hechos; b) transparencia en las fuentes para que los usuarios puedan dar credibilidad y trazar los resultados obtenidos; c) transparencia tanto en los recursos y financiación, como en quién promueve la iniciativa de verificación; d) transparencia en la metodología, explicando claramente el proceso usado para seleccionar, investigar, escribir, editar, publicar y corregir las informaciones; y e) honestidad en la publicación de correcciones, procurando el alcance y la visibilidad pública de las versiones corregidas.

## 9. Conclusiones

El ambiente informativo está cada vez más caracterizado por la información errónea y la desinformación, la cual, según algunos expertos, se disemina seis veces más rápido que la información verídica. Para combatirla, hay quienes postulan por estrategias de verificación o *fact-checking* o bien por utilizar, alternativa o consecutivamente, herramientas de enmarcados o *framing*.

Sea como fuere, en la actualidad y tras la pandemia de la COVID-19, el fenómeno de la verificación está en auge. La evolución por todo el mundo de las iniciativas de *fact-checking* está en continuo crecimiento y estas dependen de variables como los contextos territoriales, el desarrollo mediático, o los usos digitales. En este sentido, un agente importante en el marco del *fact-checking* es la IFCN, una red internacional de verificadores, que apuesta por la excelencia en los procesos de verificación periodística. Además, a ello también se suman iniciativas de verificación, desde las propias empresas periodísticas tradicionales.

Según apuntan algunos autores, la UE es una de las organizaciones más expuestas a la desinformación en redes sociales y es por ello que, en la actualidad, cuenta



con diversos actores en la lucha contra la misma. Entre estos *clusters* se encuentran los grupos de trabajo institucionales, la red de *fact-checkers* europeos, la red medios de referencia y la red de medios alternativos, quienes compiten entre sí por convertirse en el intelectual orgánico de la UE en materia de desinformación. Por su parte, España presenta varias experiencias de verificación de noticias como es el caso de EFE Verifica, Newtral.es, Maldita.es, Polétika y Verificat.

Por otra parte, la pandemia de COVID-19 ha supuesto un *tsunami* desinformativo en el que la incertidumbre y el miedo han fomentado la aparición de noticias falsas y teorías conspirativas. Frente a ello, se ha producido un aumento considerable de organizaciones de *fact-checkers* por todo el mundo para combatir los bulos emergentes que se viralizan a nivel internacional. Por ello, verificadores de distintos países se han unido para hacer frente a la desinformación mediante iniciativas como la Alianza #CoronavirusFacts (IFCN) o la red LatamChequea, dentro del ámbito latinoamericano, pero incluyendo también a España.

Aunque las opciones de verificación se están desarrollando e innovando de forma eficaz, la estrategia del *fact-checking* se encuentra bajo debate. En este sentido, hay autores que expresan que los verificadores al refutar informaciones erróneas repiten y reproducen los marcos desinformativos. Por tanto, está abierta la cuestión sobre si el *fact-checking* pudiera crear un efecto contrario al deseado (*backfire effect*). Este fenómeno ha sido estudiado por diferentes expertos con ideas contrapuestas, si bien los estudios más recientes argumentan que la verificación aporta mayores ventajas que no hacerlo. No obstante, también señalan que los límites de la verificación se encuentran en aquellas personas con concepciones arraigadas, cuyos sesgos cognitivos son más fuertes y sobre los que resulta más complicado que la verificación surta efecto.

La estrategia contra los bulos no solo implica a los actores públicos o a los verificadores, pues las empresas tecnológicas juegan también un papel clave. En este sentido, algunas de estas plataformas ya han comenzado a implementar mecanismos contra las noticias falsas, los cuales se basan bien en el filtrado y marcado, o en el bloqueo de contenidos. Así pues, sus estrategias adoptadas varían entre la revisión humana a través de *fact-checkers*, como es el caso de Facebook, la co-revisión involucrando a los usuarios, como hace Twitter, o las soluciones tecnológicas ancladas en algoritmos.

Ante la sobreabundancia de información y desinformación por la red, la verificación está comenzando a ocupar un rol significativo tanto en medios de comunicación, como en plataformas digitales y redes sociales. Pero lo que es evidente es que todas estas iniciativas, para su lograr tener impacto en la sociedad, deben ajustarse a unos códigos deontológicos y estándares que regulen su práctica y garanticen su calidad.

## Referencias

Alonso González, Marian (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. En: *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, vol. 45. Sevilla: Universidad de Sevilla, 29-52.

A.P. (2021) *AP expands access to factual information with new Twitter collaboration*. Associated Press. Consultado el 18 de enero de 2022 en <https://www.ap.org/press-releases/2021/ap-expands-access-to-factual-information-with-new-twitter-collaboration>

Aguado-Guadalupe, Guadalupe y Bernaola-Serrano, Itziar (2020). Verificación en la infodemia de la Covid-19. El caso Newtral. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 78. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, 289-308.

Bernal-Triviño, Ana y Clares-Gavilán, Judith. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita. es. En: *Profesional de la Información*, vol. 28, nº 3. Barcelona: EPI.

Carral, Uxía (2021). Redes sociales, política y fake news. En: Teira, David y Elías, Carlos (Eds.), *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las "fake news"*. Madrid: UNED.

Casero-Ripollés, Andreu (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. En: *El Profesional de la Información*, 29, nº 2. Barcelona: EPI, e290223. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>

Coddington, Mark; Molyneux, Logan y Lawrence, Regina (2014). Fact checking the campaign: How political reporters use Twitter to set the record straight (or not). En: *The International Journal of Press/Politics*, vol. 19, nº4. Londres: SAGE, 391-409. DOI: <http://doi.org/10.1177/1940161214540942>

Cook, J., y Lewandowsky, S. (2011). *The debunking handbook*. Consultado el 18 de enero de 2022 en [http://www.skepticalscience.com/docs/Debunking\\_Handbook.pdf](http://www.skepticalscience.com/docs/Debunking_Handbook.pdf)

Ecker, U., Lewandowsky, S., Jayawardana, K., y Mladenovic, A. (2019). Refutations of Equivocal Claims: No Evidence for an Ironic Effect of Counterargument Number. En: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, vol.8, nº1. Amsterdam: Elsevier, 98-107.

Gamson, William A. (1989). News as framing: Comments on Graber. En: *American Behavioral Scientist*, vol. 33, nº 2. Thousand Oaks: SAGE, 157-161.

Gamson, William. (1992). *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

García-Marín, David (2020). Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la Covid-19. En: *Profesional de la Información*, vol 29, nº4. Barcelona: EPI. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2018.07.005>

IFCN-Poynters. (2020). *State of Factchecking 2020*. Consultado el 18 de enero de 2022 en [https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2020/06/IFCN\\_2020\\_state-of-fact-checking\\_ok.pdf](https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2020/06/IFCN_2020_state-of-fact-checking_ok.pdf)

Lakoff, George. (2014). *Don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate*. Vermont: Chelsea Green Publishing.

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). *The Debunking Handbook 2020*. Consultado el 18 de enero de 2022 en <https://sks.to/db2020>.

Lewandowsky, Stephan, Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., y Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. En: *Psychological Science in the Public Interest*, vol.13. Oxford: Blackwell, 106-131

Magallón, Raúl (2020). *Desinformación y pandemia: La nueva realidad*. Madrid: Pirámide.

Magallón, Raúl (2019) *Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*. Madrid: Pirámide.

Masip, Pere y Palomo Bella (2020). Información, sobreinformación y desinformación en tiempos de pandemia. En: Pedrero Esteban, Luis Miguel y Pérez-Escoda, Ana (eds.), *Cartografía de la comunicación postdigital: medios y audiencias en la sociedad de la Covid-19*. Cizur Menor: Aranzadi Thomson Reuters.

Mantas, H. (2021). Twitter finally turns to the experts on fact-checking. *Poynter* Consultado el 18 de enero de 2022 en <https://www.poynter.org/fact-checking/2021/twitter-finally-turns-to-the-experts-on-fact-checking/>

Nyhan, Brendan y Reifler, Jason (2010). When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. En: *Political Behavior* 32, Cham: Springer, 303–330. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>

OMS (2020). Conferencia de Seguridad de Múnich OMS. Consultado el 18 de enero de 2022 en <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>

Pamment, James y Kimber Lindwall, Anneli. (2021). *Fact-checking and Debunking*. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence.

Pauner, Cristina (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. En: *Teoría y Realidad Constitucional*, vol. 41. Madrid: UNED, 297-318. DOI: [doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123](https://doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123)

Peña Ascacibar, Gonzalo; Bermejo Malumbres, Eloy y Zanni, Stefano. (2021). Fact checking durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia. En: *Revista de Comunicación*, vol. 20, n° 1. Lima: Universidad de Piura, 197-215. DOI: <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A11>

Salaverría, Ramón, Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti, M. C. (2020). *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19*. En: *El Profesional de la Información*, vol. 29, n° 3. Barcelona: EPI.

Singer, Jane B. (2018) Fact-Checkers as Entrepreneurs, En: *Journalism Practice*, vol. 12, n°8. Londres. Routledge, 1070-1080, DOI: 10.1080/17512786.2018.1493946

Stencel, M. (2020). Update: 237 fact-checkers in nearly 80 countries . . . and counting. *Duke Reporters' Lab*. Consultado el 18 de enero de 2022 en <https://reporterslab.org/update-237-fact-checkers-in-nearly-80-countries-and-counting/>

The Poynter Institute. (2021). CoronaVirusFacts Alliance. *Poynter*. Consultado el 18 de enero de 2022 en <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>

Tuñón, Jorge (2021a). *Europa frente al Brexit, el populismo y la desinformación. Supervivencia en tiempos de fake news*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Tuñón, Jorge (2021b). Desinformación y fake news en la europa de los populismos en tiempos de pandemia. En: Teira, David y Elías, Carlos (Eds.), *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las "fake news"*. Madrid: UNED.

Tuñón, Jorge (2021c). Europa frente a la doble pandemia, sanitaria y desinformativa. Periodismo en tiempos de crisis. En: Luena, C., Sánchez, J. y Elías, C. (Eds.), *La desinformación en la UE en tiempos del COVID-19*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Tuñón, Jorge y Bouza, Luis (eds). (2021). *Europa en tiempos de desinformación y pandemia. Periodismo y política paneuropeos ante la crisis del Covid-19 y las fake news* Granada: Comares.

Tuñón, Jorge; Bouza, Luis y Carral, Uxía (2019). *Comunicación Europea ¿A quién doy like para hablar con Europa?* Madrid: Dykinson.

Tuñón Jorge y Elías Carlos (2020). Comunicar Europa en tiempos de pandemia sanitaria y desinformativa: periodismo paneuropeo frente a la crisis. En: Tuñón, Jorge y Bouza, Luis (Eds.), *Europa en tiempos de desinformación y pandemia*. Granada: Comares.

Tuñón, Jorge, Oleart, Álvaro y Bouza, Luis (2019). Actores Europeos y Desinformación: la disputa entre el fact checking, las agendas alternativas y la geopolítica. *Revista de Comunicación*, 2019, vol.18, n°2. Lima: Universidad de Piura. DOI: <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A12>

Vosoughi, Soroush; Roy, Deb y Aral, Sinan (2018). The spread of true and false news online. En: *Science* Vol. 359, n°6380. Washington: American Association for the Advancement of Science, 1146-1151.

Waisbord, Silvio (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. En: *Journalism studies*, vol. 19, n° 13. Londres: Taylor & Francis, 1866-1878. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>