

COMBATIR LA DESINFORMACIÓN: EL *FACT-CHECKING* APLICADO A LOS BULOS SOBRE LA POLÍTICA ESPAÑOLA

Álvaro López-Martín, Bernardo Gómez-Calderón y Alba Córdoba-Cabús

Universidad de Málaga (España)

alvarolopezmartin@uma.es, bjgomez@uma.es y albacordoba@uma.es

La desinformación constituye un elemento determinante del ámbito político, habiéndose dejado notar su concurso en numerosos comicios y procesos democráticos, entre los que destacan las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016, el referéndum del Brexit, el referéndum por la paz de Colombia o las dos elecciones generales españolas de 2019. Cada día la ciudadanía recibe cientos de mensajes de procedencia desconocida y credibilidad dudosa que, de manera indirecta, inciden en el proceso de construcción de la opinión pública y, a su vez, colocan a la población en una posición de mayor vulnerabilidad ante la manipulación. En este contexto, son numerosos los autores que han advertido de que la difusión de *fake news* supone una preocupante amenaza para la democracia y la libertad de expresión, enfatizando la urgencia de contrarrestar este fenómeno o, al menos, paliar su impacto en la sociedad.

El objetivo de esta comunicación estriba en explorar los rasgos que caracterizan los bulos que se difunden a través de medios y redes sociales referidos a la política española, así como las fuentes a las que recurren los *fact-checkers* para el chequeo de estos mensajes fraudulentos. Para ello, se recabaron todos los bulos referidos a esta temática registrados en las plataformas de verificación Maldita.es, Newtral, Efe Verifica y Verificat —únicas entidades españolas pertenecientes a la International Fact Checking Network (IFCN)— entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2022 (n = 86). La elección del periodo de estudio obedece a que durante esos tres meses acaecieron una serie de acontecimientos de notable importancia —la guerra Rusia-Ucrania, las elecciones autonómicas de Castilla y León, el conflicto Casado-Ayuso en el seno del PP o la huelga indefinida de camioneros, entre otros—, por lo que consideramos que el análisis ofrecería una amplia visión sobre el fenómeno de la desinformación en el ámbito político. Todas las piezas fueron sometidas a una ficha de análisis dividida en tres bloques —datos de registro, análisis formal y análisis del mensaje— para cuyo diseño se tomaron como referencia estudios previos del área, incluyendo además variables *ad hoc* vinculadas con los objetivos de la investigación.

Los resultados muestran que estos bulos tienen una finalidad eminentemente política/ideológica (84,9%) y se refieren mayoritariamente a cuestiones de ámbito nacional (61,6%) y, en menor medida, autonómica (23,3%). En cuanto a su difusión, se observa que las redes sociales, especialmente Twitter (83,7%) y Facebook (48,8%), tienen un protagonismo destacado, y que con frecuencia se propagan a través de dos o más vías de manera simultánea (55,8%). Este dato cobra aún más relevancia atendiendo a la tipología de las *fake news*, preponderantemente engaños —hechos de invención absoluta que no tienen ningún vínculo con la realidad— (65,1%). Mayor divergencia se aprecia en cuanto a las fuentes a las que se atribuye la información —suplantadas, 33,72%; anónimas, 32,6%; reales, 30,2%—. En lo relativo al soporte, el texto simple (32,6%) y el texto incrustado en imagen (30,2%) son los formatos mayoritarios; además, para dotar a los textos de mayor verosimilitud, es recurrente la falsificación de contenidos o el uso del nombre de cabeceras contrastadas como *El País*, *ABC* o *El Mundo*. Por su parte, destaca que los bulos se refieren predominantemente a formaciones situadas a la izquierda del arco político, sobre todo PSOE y Unidas Podemos. Finalmente, se constata que para la verificación de estos mensajes los *fact-checkers* recurren a fuentes mediáticas (44,2%), gubernamentales (41,9%), así como a un amplio repertorio de recursos y herramientas digitales (39,5%).

Palabras clave: Desinformación; Política; Verificación; Noticias falsas; Redes sociales.