



UNIVERSITAS
Miguel Hernández



UNIVERSITAS
Miguel Hernández
DESINFORMACIÓN EN TIEMPOS DE COVID

CIENCIAS POLÍTICAS Y GESTIÓN PÚBLICA

CONVOCATORIA DICIEMBRE

CURSO 2022/2023

CARLOS AMO MARTÍNEZ

TUTORES: PROF. DR. ALFONSO BALLESTEROS SORIANO

PROF. DRA. IRENE BELMONTE MARTÍN

RESUMEN

Desde hace años, la desinformación se ha convertido en un fenómeno cotidiano en nuestros días. Cada vez, resulta más difícil distinguir una información veraz de una falsa. Es por esto, que estos últimos años ha nacido una nueva clase de periodismo, el periodismo de verificación, que trata de desmentir la noticias falsas y bulos que se emiten desde los diferentes medios de comunicación.

Ante esta problemática que ya constituye un peligro para la sociedad por sí misma, este 2020 se ha visto marcado por la pandemia del Covid-19 a nivel mundial, lo que ha provocado que los bulos y fake news se multipliquen exponencialmente haciendo referencia a este tema, teniendo como consecuencia lo que se ha pasado a denominar “Infodemia”, es decir, la combinación de ambas amenazas (sanitaria e informativa).

En el presente trabajo realizamos una investigación sobre la desinformación durante la pandemia del COVID-19, se estudiará: si el fenómeno de la desinformación es algo novedoso o si ya existía previamente al COVID-19; también trataremos la intencionalidad con las que se difunden los bulos y fake news, para ello hemos estudiado algunos de sus rasgos más importantes; estudiaremos las herramientas con las que cuenta la ciudadanía para combatir los bulos y fake news; y, por ultimo lugar, plantearemos una serie de posibles soluciones con las que frenar el problema de la desinformación.

PALABRAS CLAVE

Fake news, COVID-19, fact-checking, bulos, infodemia.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	4
1.2. OBJETIVOS	5
1.3. METODOLOGÍA	5
2. MARCO TEÓRICO	6
3. RESULTADOS	21
3.1. HISTORIA DE LOS BULOS Y FAKE NEWS	21
3.2. INTENCIONALIDAD DE BULOS Y FAKE NEWS	25
3.3. HERRAMIENTAS PARA COMBATIR LOS BULOS Y FAKE NEWS	34
3.4. POSIBLES SOLUCIONES	36
4. CONCLUSIONES	39
5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	44
6. REFERENCIAS	45
6.1. BIBLIOGRAFÍA	45
6.2. WEBGRAFÍA	47



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La actualidad española a comienzos de 2020 no presentaba síntomas muy diferentes a los que hemos estado acostumbrados a ver en los últimos años. Cuestiones como el gobierno de coalición, la aprobación de los presupuestos generales o el conflicto catalán llenaban los informativos de televisión y de radio; las portadas de los periódicos, y la información que se distribuía a través de las redes sociales e internet. Aunque ya habían saltado las primeras informaciones acerca de un nuevo virus en China, no era información suficientemente importante para estar en la primera plana de la actualidad (Monteagudo, 2020).

El avance del virus, tanto geográfica como socialmente hablando, fue lento, pero constante. En menos de 100 días, el mundo pasó de no conocer el COVID-19 a convertirse en el causante de que medio planeta no pudiera salir de casa. Un acontecimiento que pasará a la historia, o un momento histórico que se podría definir como “evento crítico”, esto es, “un acontecimiento contextualmente dramático cuyo significado general radica en el impacto que tiene tanto en la atención pública como en las elites políticas y en la percepción generalizada de que es necesario accionar de modo urgente” (Koziner, Aruguete y Zunino, 2020, p.83).

En este contexto, proliferaron noticias en todo el mundo sobre la evolución, el impacto y posibles soluciones que podría tener la pandemia del COVID-19. El gran aumento del volumen de información relativa al COVID-19 fue tal que la OMS declaró que a la lucha contra el virus se le debería sumar la lucha contra este gran volumen de información a cuál catalogaron de infodemia.

A esta situación marcada por el miedo y la incertidumbre que sentía la población hay que sumarle el contexto ya existente de la Revolución Digital con la cual han aparecido nuevas tecnologías que permiten que la información fluya de manera instantánea, desde cualquier parte del mundo y transmitida por cualquier persona. Esto que, a priori, debería ser algo positivo se está convirtiendo en un serio problema de cara a la buena información que deberíamos de recibir. Todo es fruto de la facilidad con que se propagan las noticias que demasiadas veces se reenvían sin contrastar.

Es por esto por lo que los bulos y las fake news, están en estos momentos a la orden del día más de lo que nunca lo han estado. Las noticias falsas o fake news son una especie de bulo, que se difunde a través de portales de noticias, prensa escrita, televisión, radio y redes sociales.

El fenómeno de la desinformación en el marco de la pandemia del COVID-19 se convirtió, de hecho, en motivo de debate político en varios países. En España, durante las primeras semanas del estado de alarma decretado por el Gobierno, los partidos políticos se cruzaron acusaciones mutuas de difundir bulos y noticias falsas (Diez y Casqueiro, 2020).

El repunte desde hace años de este tipo de información pseudoperiodística ha conllevado también la creación de páginas web que se dedican a hacer “fact-checking” es decir, a comprobar la veracidad de las noticias y demás datos que se van publicando en distintos países. Estas herramientas están siendo además contratadas por redes sociales tan importantes como Twitter o Facebook para controlar dentro de lo posible las distintas informaciones que se van divulgando.

1.2. OBJETIVOS

Los objetivos son los resultados deseados que se pretenden alcanzar. Los objetivos principales de esta investigación son los siguientes:

- Conocer si los bulos o fake news son algo novedoso o por contrario ya existían anteriormente.
- Analizar la intención con la que se difunden bulos o fake news.
- Conocer las herramientas que existen para combatir los bulos o fake news.
- Buscar y proponer posibles respuestas y soluciones a la problemática previamente descrita.

1.3. METODOLOGÍA

Una vez establecidos los objetivos que se pretenden conseguir vamos a describir la metodología usada para alcanzarlos. La metodología empleada en este trabajo se basa en un método mixto, en el que se combinan la revisión bibliográfica y la investigación

cuantitativa. Las cuestiones referentes al segundo objetivo del estudio han sido resueltas a través de la investigación cuantitativa, mientras que el resto de los objetivos de este trabajo se han resuelto mediante la revisión bibliográfica (Carrasquilla, 2017)

En primer lugar, ha sido necesario realizar una revisión bibliográfica para la elaboración del estudio. Este método consiste en realizar una investigación documental, es decir, recopilar información ya existente sobre un tema. Esta información ha sido obtenida desde diferentes fuentes como revistas, trabajos académicos o artículos científicos.

La herramienta más destacable que se ha utilizado ha sido Google Académico a la hora de buscar información, aunque también se han hecho uso de otras plataformas como Dialnet y bases de datos como el CIS. Sin embargo, en otras ocasiones, ante la escasez de material académico o para complementarlo, se ha obtenido información de fuentes primarias como pueden ser periódicos como El Diario o páginas webs oficiales de organismos como la OMS o la UNESCO.

La mayor parte de los apartados de este trabajo han sido redactados de acuerdo con la información especializada recabada durante el proceso de recolección que en su mayoría, se trata de informes muy recientes, pertenecientes a los últimos años por la novedad del asunto.

Por su parte, paralelamente a la revisión bibliográfica, se encuentra una fuente secundaria que se basa en una investigación cuantitativa, que consiste en la recopilación y posterior análisis de datos. En nuestro caso, se han recogido 74 bulos publicados por la plataforma Maldita.es durante el período que comprende el primer mes de Estado de Alarma de la pandemia del coronavirus, decretado por el Gobierno de España, del 14 de marzo al 13 de abril de 2020. El criterio de selección de los bulos ha sido cumplir con la temática de ciencia y salud, es decir, que todas las desinformaciones versen sobre temas sanitarios y cuestiones científicas.

2. MARCO TEÓRICO

La realidad internacional en el año 2020 presentaba síntomas muy distintos a los años anteriores. El virus del COVID-19, paso de ser un virus localizado en la República Popular China a extenderse mundialmente en unos pocos meses, llegando a catalogar la situación la OMS como pandemia mundial. Ante esta situación se empezaban a difundir

noticias relacionadas con el virus. Estas noticias se propagaron por el mundo a una velocidad incluso mayor que el COVID-19.

Los efectos de la pandemia del COVID-19 no se manifestaron exclusivamente en el ámbito de la salud pública, sino que se extendió a otros ámbitos, como el económico o el informativo. El 15 de febrero de 2020, durante la Conferencia sobre Seguridad en Múnich, el director de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, indicó que a la lucha contra la epidemia por la COVID-19 se le sumaba la lucha contra la “infodemia”, dando así inicio a una serie de acciones desde la OMS y otras organizaciones para enfrentar este desafío (Adhanom, 2020). Esta situación no es nueva, ya que casos similares han sucedido durante otras emergencias sanitarias, pero nunca con la magnitud actual. En la era de la interdependencia digital, este fenómeno se amplifica debido al aumento en el acceso a los dispositivos móviles, el acceso a Internet y el uso de las redes sociales, que se propagan cada vez más lejos y más rápido, como un virus.

El término infodemia fue acuñado por Eysenbach, en el año 2002 (Arroyo-Sánchez, Cabrejo y Cruzado, 2020), y se deriva de la conjunción de los términos “epidemia” e “información”. Hace alusión a un exceso de información (veraz o no) que dificulta que las personas accedan a aquella información fiable y obtengan orientaciones válidas en momentos en que se hace más necesario para la toma de decisiones. La infodemia, además, hace referencia a un gran aumento del volumen de información relativa a un tema, que puede incrementarse de forma exponencial en muy poco tiempo por un incidente determinado, como es la pandemia de la COVID-19. En esta situación aparece una mezcla de información científica y técnica con rumores, datos manipulados, información incorrecta y noticias falsas que dificultan el procesamiento y discernimiento de la información veraz por parte del receptor. Asimismo, el acceso a datos falsos o incorrectos produce distorsiones importantes en los modelos predictivos, lo cual acaba afectando a la planificación en los sistemas de salud y a la toma de decisiones. (García-Saisó et al., 2021)

Esa infodemia cuenta con algunos precedentes como la ocurrida durante la epidemia del Síndrome Respiratorio Agudo Grave por el coronavirus-1 (SARS: Severe Acute Respiratory Syndrome). El periodista y experto en política exterior, David Rothkopf,

destacó la presencia de una epidemia de información que aumentó y prolongó el daño social, económico y de salud pública ocasionado por la infección *per se*. Huelga mencionar que la infodemia es un problema que no está asociado de forma exclusiva a la salud pública (Arroyo-Sánchez et al., 2020), como puede ser el caso del exceso de información relacionado con el conflicto ruso-ucraniano.

Para referirse a las informaciones falsas o erróneas que circulan por el entramado comunicativo, se ha usado, entre otras, la expresión “fake news”, que se popularizó con motivo de las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos y el referéndum del Brexit en junio de ese mismo año. Aunque ni el término ni la realidad que expresa son nuevos, el uso de la expresión “fake new” se ha multiplicado exponencialmente asentándose en el vocabulario coloquial, periodístico, político y académico (Salaverría et al., 2020).

Sin embargo, la expresión preocupa al ámbito académico, por ser confusa. No ha habido una definición universal para fake news, ni siquiera en el periodismo. Alemanno, antes de apostar por una definición más concreta, afirma que

“fake news cuenta con una variedad de definiciones, la mayoría de las cuales enfatizan la amplitud del término. Como resultado, no hay un acuerdo universal sobre dónde se encuentra el problema y cómo enmarcarlo” (Alemanno, 2018, p. 2).

El concepto de fake news tampoco presenta para la ciudadanía una definición clara, como ponía de manifiesto el Reuters Digital News Report 2017 (Newman et al., 2017), un estudio mundial sobre consumo de información digital coordinado anualmente desde la University of Oxford.

Pese a su polisemia, lo cierto es que la expresión fake news se emplea cada vez más tanto en el ámbito de la investigación, como en el de la dialéctica política y en los organismos públicos internacionales. Ha sido usado, por ejemplo, en documentos de trabajo e informes de la Comisión Europea y de la UNESCO. Sin embargo, ambas instituciones prefieren evitar el término fake news y optan por el más genérico de “desórdenes informativos”(Salaverría et al., 2020).

Por su parte, el término “bulo” hace referencia otro tipo de desorden informativo, que la RAE ha definido como: “noticia falsa propalada con algún fin”. Por su parte, Aparici, García-Marín y Rincón-Manzano (2019), definen los bulos como

“mensajes falsos fabricados en las redes por usuarios y/o colectivos a fin de crear un determinado estado de opinión”.

A nuestro entender estas definiciones pueden ser ampliadas, pues la fabricación de falsedades también comprende motivos diferentes a la creación de estados de opinión, como, por ejemplo, la estafa económica.

Por ello son bulos, en suma, todos aquellos contenidos falsos que alcanzan difusión pública, fabricados intencionadamente por múltiples motivos, que pueden ir desde la simple broma o parodia, hasta la controversia ideológica, pasando por el fraude económico. Sus límites siempre son difusos. Afirmar que todo mensaje que sea falso y que tenga visibilidad pública es un bulo premeditado supone hacer un juicio de intenciones; a saber, que el emisor ha difundido esa mentira a sabiendas. La realidad es más compleja pues, a veces, la difusión pública de contenidos falsos se debe a otros motivos, como inadvertidas exageraciones, malinterpretaciones o confusiones.

A partir del fenómeno de los bulos, surge como una de las principales soluciones para hacer frente a la desinformación el periodismo de verificación. Las primeras iniciativas de verificación las encontramos a mediados de los años noventa del siglo XX de la mano de organizaciones civiles de EEUU. Rápidamente estas iniciativas pasan a los medios de comunicación, consolidándose, ampliándose y expandiéndose a otros países hasta afianzarse a través de iniciativas como la *International Fact-Checking Network* (IFCN) de Poynter, creada en 2015 para reunir a los verificadores de todo el mundo bajo la etiqueta de «periodismo de confianza, transparencia y responsabilidad», que es actualmente la principal red internacional de verificadores (Sanahuja, 2022).

El periodismo de verificación basa su acción en la comprobación a posteriori de informaciones publicadas por los medios de comunicación o difundidas a través de las redes sociales, centrándose habitualmente en cuestiones socialmente controvertidas y polarizantes (Sanahuja, 2022). Este periodismo de verificación se basa en una operación que aplica técnicas del periodismo de datos para desenmascarar los errores,

ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación. Se trata de un filtro que garantiza que los textos periodísticos están contrastados a partir de fuentes fiables, documentos oficiales y resultados de investigaciones solventes (Ufarte-Ruizet al., 2018). Ana Pastor los define como:

“una apuesta necesaria para que la gente cuando comparta una noticia pueda saber si es cierta o falsa (La sexta, 2017).”

En España, la verificación de noticias ha seguido un desarrollo similar al del resto del mundo, aunque con un ligero desfase temporal. Hoy en día, en España hay tres agencias de verificación de noticias que forman parte de la IFCN: Newtral, Maldita.es y EFE Verifica. A estas tres se une el servicio en español de AFP Factual que, aunque se realiza en español, no es una agencia española. Además, existen otras agencias menores que, o bien no han firmado el código ético de la IFCN y, por tanto, no son miembros, como La Chistera o Bendita.eu; o cuyo ámbito es muy específico, como Saludsinbulos (Rojas, 2020).

A primera vista, combatir las falsedades con hechos puede parecer una estrategia sencilla para mitigar la desinformación. Desafortunadamente, mientras que la verificación de noticias a veces puede corregir las percepciones erróneas de las personas, existe una amplia evidencia de la comunicación política y la psicología social que muestra que la verificación de datos puede ser de utilidad limitada, o peor aún, puede resultar contraproducente.

Si es cierto que la verificación de hechos aumenta la precisión del debate público y ejerce una influencia beneficiosa general sobre la información con la que cuenta la ciudadanía. Sin embargo, su potencial para corregir actitudes basadas en afirmaciones falsas mostró resultados limitados, y es que el fact-checking no llega a toda la sociedad, y no puede mantener ni transformar las percepciones de la ciudadanía sobre el mundo. Estas limitaciones con las que cuenta el periodismo de verificación se deben a varios motivos que expondremos a continuación (Vinhas y Bastos, 2022).

En primer lugar, el periodismo de verificación es epistemológicamente propenso a la polémica debido a la suposición de que los hechos son información observable y

verificable. Esto ocurre, cuando la veracidad de una declaración se somete a distinciones de verdadero/falso que carecen del matiz necesario para abordar casos controvertidos y son inadecuadas para desentrañar interpretaciones subjetivas.

Asimismo, el reconocimiento de los contradiscursos y las interpretaciones opuestas, incluidas las que combinan contenidos ficticios e inventados con información veraz, desempeña un papel importante en el debate público. Este es el caso, en particular, de los contenidos que circulan en las redes sociales, donde los hechos pueden ser interpretados y percibidos de forma muy diferente en diferentes grupos y comunidades, y donde tanto las noticias, como las verificaciones de estas, aparecen sacadas de contexto.

Lim (2018) exploró esta tensión mostrando cómo el marco interpretativo del fact-checking se desvía de sus propios ideales de búsqueda de la verdad. Evaluando la actuación de los verificadores de noticias, el autor concluyó que rara vez verifican las mismas afirmaciones y tienden a discrepar a menudo en sus valoraciones, especialmente cuando verifican casos complejos y en contextos en los que el lenguaje es ambiguo, lo que supone una deficiencia que es particularmente grave cuando estas organizaciones recurren a "escalas de verdad".

En segundo lugar, otro factor que limita la eficacia del trabajo de las plataformas de verificación es la implementación, y es que no es posible que la comprobación de hechos se extienda a la velocidad y la amplitud de la información producida en línea, ni se puede desplegar la comprobación de hechos hasta un punto en el que se compruebe cada pieza de contenido relevante que circula en línea. Incluso cuando las comprobaciones de hechos corrigen con éxito las afirmaciones falsas, su eficacia se reduce debido a la lenta difusión de la información de comprobación de hechos en comparación con la desinformación.

Dado que la verificación de hechos requiere una implementación basada en la evidencia, no solo se espera, sino que es deseable que los procedimientos de verificación atiendan a estándares rigurosos y que requieran mucho tiempo. Solo por esta razón, es poco probable que las comprobaciones de hechos compensen los peligros de la

desinformación, ya que pueden producirse daños considerables antes de que las comprobaciones de hechos puedan siquiera comenzar.

Una propuesta para hacer frente al enorme y acelerado volumen de contenidos potencialmente dañinos consiste en incorporar aspectos informáticos automáticos al proceso de comprobación de hechos. A pesar de los beneficios que pueden aportar estas herramientas, sobre todo en la supervisión de contenidos virales y la identificación de imágenes manipuladas, los investigadores y los verificadores de hechos siguen sin estar convencidos de que las soluciones automáticas puedan evitar la desinformación en línea a escala (Graves, 2018).

Un tercer límite que debemos tener en cuenta, son los sesgos que afectan a las plataformas de verificación. Es posible que las comprobaciones de hechos sean susceptibles de evaluaciones afectivas debido a la influencia de la lealtad partidista o ideológica que afecta al verificador de hechos, ya que la supuesta objetividad de los hechos es intrínsecamente selectiva y política.

Además de que los hechos están expuestos al sesgo partidista o ideológico, existen limitaciones psicológicas a la fiabilidad del recuerdo y el razonamiento. Los hechos relatados en la memoria pueden variar sustancialmente entre individuos o, entre grandes grupos de personas. Un fenómeno de falsos recuerdos compartidos en el que los hechos se recuerdan de forma que difieren en aspectos fundamentales de cómo realmente se desarrollaron. También hay pruebas de que los patrones incoherentes de recuerdos se acentúan en contextos de identificación partidista o ideológica (Vinhas y Bastos, 2022).

Los estudios sobre los efectos de la desinformación, desde mediados de la década de 1970, probaron ampliamente el proceso de interferir retroactivamente en la memoria de acontecimientos pasados mediante la presentación de información que altera la información que uno previamente tenía codificada. La manipulación de la memoria se basa en la activación de la información asociada, la disociación, la atribución errónea y la sugestión (Loftus, 2005). Ya sea por confusión o por diseño, la forma en la que nos es narrada la información puede crear grupos opuestos con recuerdos completamente diferentes del mismo evento.

Otra limitación a la que se enfrentan las plataformas de fact-checking es la eficacia, y es que las comprobaciones de hechos pueden emplearse para moderar el debate público, sin embargo, esta expectativa depende en gran medida de la confianza social con la que cuentan las plataformas de verificación. *Pew Research* informó de que, en Estados Unidos, el 70 por ciento de los republicanos cree que el fact-checking no es objetivo, afirmación que es considerada cierta por el 29 por ciento de los demócratas. A pesar de la división partidista, los votantes de ambos partidos se muestran escépticos ante los periodistas y los profesionales de las plataformas de fact-checking. En definitiva, los intentos de corregir la información política con comprobaciones de hechos dependen de la estructura social que conecta a los individuos con quienes corrigen la información falsa.

La evidencia empírica muestra que los artículos de verificación de hechos se enmarcan recurrentemente como engañosos, sesgados o falsos a través de diferentes grupos de veracidad. Establecer una narrativa consensuada sobre los acontecimientos requiere un acuerdo tácito sobre dichos acontecimientos, un acuerdo que deja de ser válido cuando los grupos sociales comienzan a experimentar un distanciamiento entre ellos, y quienes se encargan de describir la realidad, es decir, los verificadores de hechos.

La comprobación de los hechos es un reto operativo porque se centra en los contenidos populares y no en el gran volumen de información transitoria que surge y desaparece constantemente de las redes sociales. Al hacerlo, se ignora una gran cantidad de contenidos virales, de cebo para los clics y, a menudo, borrados o modificados. Este suele ser el caso de los mensajes polémicos y falsos que se difunden más rápidamente y tienen más probabilidades de desaparecer del debate público. La circulación de contenidos efímeros también desencadena importantes externalidades que saturan el debate público y distraen a la ciudadanía de asuntos importantes.

La publicación de un gran volumen de mensajes en las redes sociales puede ser eficaz porque es más probable que los individuos sean persuadidos si una historia, por confusa que sea, parece haber sido informada repetidamente y por múltiples fuentes. Las comprobaciones de hechos son especialmente vulnerables contra esta técnica; de hecho, comprobar los hechos de las publicaciones en las redes sociales que han desaparecido no es técnicamente posible (Twitter, 2018).

El último límite que analizaremos es la objetividad de las plataformas de verificación. Aunque la noción de objetividad ha sido cuestionada durante mucho tiempo en la práctica del periodismo, la separación entre hechos y valores sigue siendo fundamental para muchos enfoques que filtran las falsedades. La objetividad de los hechos es relativamente diversa y depende de los procesos a través de los cuales se recogen las pruebas y de cómo se comunican los resultados al público. Los verificadores de hechos tratan de compensar estos problemas evitando versiones unilaterales de los hechos y construyendo una coherencia en los hechos a partir de múltiples pruebas (Graves, 2018). Pero la toma en consideración de diferentes lados de la historia y la aplicación de una lógica impersonal e imparcial, no convierten a los hechos en universales.

Del este modo, la premisa en la que se basa la comprobación de los hechos es que la información objetiva es independiente de los valores sociales. Esta suposición conduce a la errónea percepción de que ciertos tipos de conocimiento están libres de valores y es particularmente inadecuada para los desafíos que plantea el actual entorno de medios de comunicación.

Esto lleva a la conclusión de que el periodismo de verificación está intrínsecamente basado en valores, hasta el punto de que "todos los usos de los hechos son selectivos" y, por tanto, están sujetos a la deliberación política para determinar qué hechos deben considerarse en particular (Vinhas y Bastos, 2022).

Una vez analizados los principales límites a los que se enfrentan las plataformas de verificación a la hora de corregir actitudes basadas en afirmaciones falsas, pasamos a estudiar las prácticas metodológicas usadas por dichas plataformas, que son objeto de una mayor controversia, como pueden ser, tratar una declaración que contiene múltiples hechos como si fuera un solo hecho, y categorizar como exactas o inexactas las predicciones de acontecimientos que aún no se han producido (Uscinki y Butler, 2013). Sin pretender ser exhaustivos planteamos cinco críticas a la metodología de las agencias de verificación.

La primera crítica hace referencia a los efectos de selección. Los políticos, las campañas, los grupos de interés y las organizaciones activistas hacen innumerables declaraciones (a las que habría que sumarles los bulos que corren por las redes sociales), pues, el

principal medio que tienen los actores políticos para alcanzar sus objetivos es comunicar información a los votantes. Dado el número de afirmaciones que se hacen cada día, comprobar la veracidad de cada una de ellas sería una tarea imposible.

Por lo tanto, los verificadores de hechos deben elegir, ¿Qué actores verificarán sus declaraciones? ¿Qué declaraciones concretas se comprobarán? Para intentar responder a estas preguntas, Bill Adair (2011), fundador de PolitiFact, ofrece el siguiente criterio: "Seleccionamos declaraciones que creemos que despertarán la curiosidad de los lectores. Si alguien oye una afirmación y se pregunta: "¿Es eso cierto?", entonces es algo que comprobaremos". Este método de selección se ajusta a los imperativos de las organizaciones de noticias como empresas comerciales, pero no proporciona un método para seleccionar afirmaciones de forma rigurosa, encaminado a mitigar los problemas derivados de la desinformación.

Tanto si se decide estudiar un solo caso como miles de ellos, los verificadores de hechos deben (1) explicar por qué su selección de casos es válida para probar las teorías, hipótesis y conclusiones propuestas, y (2) explicar por qué la selección de casos no conducirá a un resultado sesgado o predeterminado. Sin una selección sistemática de las declaraciones, los verificadores de hechos pueden seleccionar inadvertidamente (o deliberadamente) y, en consecuencia, construir imágenes inexactas de los actores políticos.

Un buen ejemplo de esto lo encontramos con los candidatos presidenciales durante la carrera de 2012 por la presidencia de Estados Unidos. El Washington Post (Kessler, 2012) encontró que un republicano, Jon Huntsman, fue el más honesto de todos los candidatos. El Post también descubrió que el candidato republicano a la vicepresidencia, Paul Ryan, era más honesto que el vicepresidente Joe Biden. El problema de estas calificaciones es que carecen de criterios de selección, por lo que implican, pero no prueban, diversos grados de veracidad. El hecho de que a Biden se le haya considerado menos honesto que a Ryan podría indicar que mintió más que su oponente republicano. Sin embargo, también puede indicar que se comprobaron más declaraciones a priori cuestionables de Biden que de Ryan. O puede indicar que las declaraciones más

"interesantes" hechas por Biden resultaron ser falsas para los verificadores de hechos en mayor medida que las declaraciones interesantes de Ryan. Por lo que es posible que el candidato Ryan mintiera más que su rival Biden. Vemos pues, que las calificaciones emitidas por los verificadores de hechos pueden ser muy engañosas.

Otro de los factores que pueden producir errores de selección en la verificación de hechos es la ideología, y es que, los periodistas políticos, como la mayoría de las personas que se interesan por la política, suelen utilizar la ideología política para interpretar el mundo político.

La ideología del verificador de hechos podría hacer imposible producir una muestra de declaraciones ideológicamente imparcial, independientemente de su intención y su profesionalidad. Aunque el sesgo ideológico puede ser inconsciente y no intencionado, puede impulsar la selección de casos: los temas considerados importantes por la ideología del verificador de hechos pueden recibir más atención, y las declaraciones incongruentes con su ideología pueden ser objeto de un mayor cribado (Uscinki y Butler, 2013).

Este es el caso incluso si la verificadora de hechos se pregunta qué declaraciones pueden encontrar "interesantes" sus lectores, y es que, la función cognitiva de la ideología es precisamente destacar algunos hechos como más interesantes que otros, porque representan aspectos de la realidad que la ideología hace importantes.

La segunda crítica a la metodología de los verificadores de hecho, hace referencia a la acción de tratar una declaración que contiene múltiples hechos o afirmaciones como si fuera un solo hecho o afirmación. En la realidad, los hechos pueden dividirse de muchas maneras en función de las nociones teóricas de cada uno, por muy tácitas que sean. Por lo tanto, los verificadores de hechos a menudo combinan múltiples declaraciones en una afirmación de hecho o desagregan una sola declaración en varias afirmaciones de hecho, lo cual no consideramos como algo criticable sino, más bien, lo consideramos algo inevitable. Sin embargo, es ingenuo pensar que la lista de hechos resultante no estará sesgada por filtros conceptuales, como las ideologías.

Imagínese que el candidato Smith hace cinco afirmaciones supuestamente objetivas en una declaración. Si los verificadores de hechos agrupan estas afirmaciones y proporcionan una única calificación ("Mayormente Verdadero", por ejemplo) el público puede considerar que todas las afirmaciones hechas en la declaración de Smith son mayormente verdaderas, cuando en realidad algunas pueden ser totalmente falsas y otras completamente verdaderas. Al asignar estas " calificaciones", los verificadores de hechos deben hacer juicios muy subjetivos sobre cómo ponderar las afirmaciones individuales en la calificación final (Cooper et al., 2012).

Por otro lado, tomemos a modo de ejemplo, esta afirmación de Romney durante el segundo debate presidencial de 2012: "La producción nacional de petróleo y gas está en sus niveles más altos en años; todo el aumento se ha producido en tierras privadas, no públicas, y... la administración de Obama había reducido a la mitad los permisos de petróleo y gas en tierras públicas" (Cooper et al., 2012). Si los verificadores de hechos concluyeran que la segunda y la tercera afirmación son verdaderas pero la primera es falsa, no disminuiría la fuerza de la afirmación que Romney estaba haciendo, sin embargo, si la declaración se dividiera en componentes "factuales", Romney sería calificado como "mentiroso" una de cada tres veces. Pero si la primera y la segunda afirmación se considerasen verdaderas, pero la tercera fuese falsa, eso echaría por tierra el argumento que estaba exponiendo, pero eso no haría que su afirmación fuese un 66% verdadera. Así que dividir una afirmación en múltiples "hechos" puede ser a veces necesario y a veces engañoso.

Otro punto importante respecto a la agregación o desagregación de hechos es decir que el contexto importa, ya que un hecho no debe ser arrancado de su contexto. El contexto no son las palabras que rodean al hablante sino la realidad objetiva representada por la afirmación fáctica. Al agregar o desagregando afirmaciones de hechos, los verificadores de hechos intentan contextualizar. Pero el contexto adecuado de un hecho es casi siempre legítimamente discutible, especialmente, en política. Aunque los verificadores de hechos tratan de obtener la declaración en su contexto original, el contexto "verdadero" es en sí mismo una cuestión de disputa. Por lo tanto, cuando los verificadores de hechos intentan determinar el contexto de las declaraciones, deben ir, y de hecho van, más allá de los límites de la verificación de hechos porque

invariablemente se ven obligados a hacer juicios subjetivos basados en información incompleta, al igual que todos los actores políticos (Uscinki y Butler, 2013).

La tercera crítica hace referencia a las afirmaciones causales, es decir, aquellas que afirman una relación entre hechos. Aunque las relaciones casuales varían, los científicos sociales suelen ser cautelosos a la hora de afirmar relaciones causales porque rara vez está claro qué efectos se derivan de qué causas.

Para explicar esto mejor, pasamos a exponer el ejemplo desarrollado por Gary King, y sus colegas (1994), en lo referente a las consecuencias que tiene una ley o un reglamento. El Congreso aprueba un proyecto de ley de impuestos que pretende tener una consecuencia concreta: conducir a determinadas inversiones, aumentar los ingresos en una cantidad determinada y cambiar los patrones de consumo. Podemos observar lo que ocurre después de la aprobación de la ley para ver si aparecen las consecuencias previstas; pero incluso si lo hacen, nunca es seguro que se deriven de la ley, pues, pueden provenir de otros factores, como el auge del mercado de la inversión, o cambios en patrones de consumo.

Al tratar de identificar las relaciones casuales, los científicos sociales emplean diversos métodos, como experimentos, complejos análisis estadísticos, series temporales y estudios de casos comparativos. Pero incluso después de acumular dichas pruebas, los científicos sociales dudarían en considerar esas afirmaciones causales como verdaderas o falsas. Estas afirmaciones no son hechos y no deben ser tratadas como tales.

Por su parte, estas sofisticadas metodologías van más allá del conjunto de herramientas de que dispone el típico verificador de hechos. Pero lo más importante es que las relaciones causales no pueden verificarse "buscando la respuesta", que es la metodología típica utilizada por los verificadores de hechos. Por ello, los científicos sociales tienden a pensar que las teorías causales tienen más o menos apoyo, en lugar de pertenecer a un continuo de verdadero-falso.

A continuación, pasamos a analizar la cuarta crítica que se basa en las "predicciones del futuro" que hacen las agencias de verificación. Las alternativas políticas suelen debatirse en términos de sus efectos sobre los resultados futuros. No hay forma de verificar los efectos hasta que el resultado haya ocurrido (o no). Dado que el futuro no se puede

observar, las afirmaciones sobre el futuro no se pueden verificar y no deben ser verificadas como hechos. A pesar de ello, el 18% de los artículos comprobados intentaron verificar tales afirmaciones no verificables (Uscinki y Butler, 2013).

Por ejemplo, cuando el congresista Fred Upton (republicano de Michigan) afirmó que el oleoducto Keystone "ayudará a bajar los precios en las gasolineras", recibió la calificación de "medianamente falso" del Fact Checker del Washington Post porque algunos expertos no estaban de acuerdo con su predicción (Kessler, 2012). Pero como el oleoducto aún no se ha construido, ninguna de las proyecciones, ni de Upton ni de los expertos, puede ser verificada. Aunque a algunos les parezca apropiado calificar estas afirmaciones como medio verdaderas o medio falsas, no hay forma de saber si eso es apropiado, ya que la afirmación podría resultar completamente cierta o completamente falsa. Una vez más, el mundo simplista y en blanco y negro de "hecho" contra "mentira" resulta ser inadecuado.

Dado que las declaraciones sobre el futuro se refieren a acontecimientos que aún no han ocurrido, no pueden compararse con la realidad, sino sólo con otras proyecciones. Por ello, los verificadores de hechos suelen comparar la predicción de un político con otra predicción, quizá de una fuente no partidista, un experto o un organismo gubernamental. Esto presenta dos problemas. En primer lugar, da al verificador de hechos la oportunidad de elegir como "verdaderas" las predicciones hechas por las fuentes que el considere, de modo que la predicción del periodista sobre cuál es la más probable que sea exacta sustituye a las pruebas sobre dichas predicciones. En segundo lugar, la complejidad dinámica de la política y los políticos hace que incluso las proyecciones más respetables sean susceptibles de error. El apartidismo no otorga poderes mágicos de pronóstico.

Por último, podemos encontrar aquí una tendencia -aunque no es universal entre todos los verificadores de hechos- a clasificar como "mentira" lo que supuestamente es inexacto. Esta tendencia puede provenir de la premisa de toda la empresa de comprobación de hechos: no sólo que existe una realidad objetiva (premise con la que estamos de acuerdo), sino que es tan inequívoca que los periodistas que ni siquiera son especialistas en un asunto determinado pueden descubrir fácilmente la verdad objetiva sobre él. En definitiva, la comprobación de los hechos ignora la realidad objetiva más

importante de la política: todos los hechos que se discuten en la política son lo suficientemente ambiguos como para generar una duda legítima. Esto es especialmente cierto en el caso de las afirmaciones sobre el futuro (Uscinki y Butler, 2013).

Para concluir este bloque, pasamos ahora a estudiar la última crítica a la metodología empleada por las agencias de verificación, que hace referencia a las normas usadas para juzgar si una afirmación es verdadera o falsa. En nuestro análisis de artículos de agencias de verificación, rara vez encontramos normas explícitas para juzgar las pruebas recopiladas. Esta falta de transparencia en el proceso de toma de decisiones permite a los verificadores de hechos una discreción injustificada a la hora de elegir cómo calificar las declaraciones. Los verificadores de hechos no sólo deciden si las declaraciones se califican como verdad, sino que también deciden qué es la verdad.

Para ilustrar este punto, tomemos una declaración del entonces candidato presidencial republicano Rick Santorum: "La tasa de pobreza de las familias en las que trabajan el marido y la mujer es del 5 por ciento, pero en las familias encabezadas por una sola persona... es del 30 por ciento en la actualidad"(Uscinki y Butler, 2013). PolitiFact recurrió al censo de EE.UU. para comprobar la afirmación de Santorum. En lugar del 5 por ciento y el 30 por ciento de Santorum, los datos del censo mostraban un 6,2 por ciento y un 28 por ciento. PolitiFact calificó la afirmación de "Medio Verdadero". Por un lado, el verificador de hechos podría tachar la afirmación de Santorum de mentira porque el 5 y el 30 son obviamente diferentes del 6,2 y el 28. Por otro lado, es razonable esperar que los números utilizados no sean valores exactos. La pregunta que debemos hacernos es: ¿Qué distancia puede tener una aproximación para que deje de considerarse razonablemente verdadera? En la actualidad, nadie sabe dónde está el límite entre el redondeo numérico razonable, las estimaciones bastante cercanas y la falsedad. Este punto se ve reforzado por el hecho de que muchos de los datos en los que se basan los verificadores de hechos son estimaciones, y que todas las muestras estadísticas son propensas a algún tipo de error. Por lo tanto, muchas declaraciones no se califican en función de su congruencia con la "Verdad", sino de su congruencia con una estimación imperfecta de la "Verdad".

En muchos casos, los verificadores de hechos califican las definiciones como verdaderas o falsas, un error filosófico fundamental, y es que, las definiciones no son hechos, sino que son estipulaciones que varían de una persona a otra. Los verificadores de hechos, al comprobar algunas afirmaciones están eligiendo entre varias definiciones que compiten entre sí, y su propio juicio determina qué definición es la "correcta". Al igual que ocurre con las predicciones del futuro, el tratamiento de las teorías causales y las decisiones sobre cómo calificar la verdad y contar los hechos, los verificadores de hechos que declaran las definiciones "correctas" de los términos se erigen en árbitros de la verdad política, de modo que ellos mismos se han convertido en actores políticos.

3. RESULTADOS

3.1. HISTORIA DE LOS BULOS Y FAKE NEWS

A continuación, hablaremos del papel de los bulos y las fake news en la historia; y es que, el fenómeno de la desinformación ha formado parte de los gobiernos, medios de comunicación y partidos políticos a lo largo de la historia.

La desinformación no es un fenómeno nuevo para el periodismo. Los bulos existen en el ámbito de la comunicación mucho antes que el periodismo y que los medios de comunicación. Juan Luis Cebrián afirma que: "han formado parte de la historia y de la prehistoria de esta disciplina desde sus orígenes. El periodismo nació ligado a la ficción, a las deformaciones más o menos interesadas de la realidad y a la interpretación de los hechos de acuerdo con poderes que le trascendían. Eso le predisponía, ya en su primera infancia, a convivir con la civilización del ocio y con el mundo del espectáculo" (Cebrián, 2004). Y añade: "En la Venecia del siglo XVII los gondoleros vendían por la más pequeña de las monedas de la república, una gazetta, hojillas manuscritas en las que se comunicaban, con singular promiscuidad, hechos verdaderos y falsos, calumnias y denuncias, maledicencias o informes procedentes de los comerciantes llegados a la ciudad y que se transmitían de boca en boca entre navegantes y trabajadores de los muelles. Eran historias increíbles, pero la gente parecía dispuesta a admitirlas, y pagaba por ellas igual que lo hacía por que le leyeran las rayas de la mano. En seguida, los gobiernos descubrieron la utilidad propagandística de las gacetas, y reyes y validos se

dedicaron a prestigiarlas, otorgando a determinados súbditos el privilegio de su publicación e institucionalizando sus funciones”.

Podemos encontrar incontables casos a lo largo de la historia donde estuviera presente el fenómeno de la desinformación (Salas, 2019). Sócrates, por ejemplo, denunciaba a los sofistas griegos que viajaban por los pueblos de la Hélade contando mentiras y vendiendo sus libros. En la Edad Media se falsificaban bulas papales, como la que forjó un conde de Armagnac para casarse con su hermana . En 1614 un tal Alonso Fernández de Avellaneda hizo pasar por verdadera una supuesta segunda parte de El Quijote, lo que se convirtió en El Quijote de Avellaneda. En 1675 el jesuita Daniel Van Papenbroeck denunció que muchos escritos antiguos fabricados por los monjes y copistas en el siglo XI, eran falsificaciones, lo cual desató la ira de la Iglesia.

Se cree que uno de los mayores expertos en bulos y desinformación fue Joseph Goebbels quien defendía que se debía transmitir frases de tal forma que la gente pensase que era verdad, y tantas veces como fuera necesario:

«Una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad» (Goebbels, 1943).

Una de las mayores obras de manipulación de Goebbels sucedió en el incendio del Reichstag el 27 de febrero de 1933, cuando los nazis ordenan su quema. A las horas, la policía descubre al culpable del incendio, el comunista Marinus van der Lubbe quien había sido incriminado. A la vez que Göring sembraba las pruebas falsas para encubrir al régimen, Goebbels se ocupó de relatar el acontecimiento de tal manera que, el pueblo alemán creyese que los comunistas estaban en contra la democracia y se posicionaban en contra de régimen.

En 1985, el periódico neoyorquino The Sun publicó la primera fake new de la historia contemporánea (Domínguez, 2021), que trataba un artículo sobre los seres que habitaban en la Luna. El impacto que causó en Estados Unidos se debió a tres factores: la aparición de las prensas de alta capacidad, la caída del precio de los periódicos, y la llegada de los nuevos medios de transporte. Estos hechos contribuyeron notoriamente a la difusión de una noticia falsa a gran escala que fue enmascarada como una noticia verdadera.

Otro momento relevante en la historia de los bulos y fake news fue en noviembre de 2017, cuando los lexicógrafos del diccionario inglés Collins eligieron la Palabra del Año: “Fake new”, y la definía como “información falsa, a menudo sensacional, difundida bajo el disfraz de la información de noticias”. Según el diccionario, la locución había incrementado su uso un 365% en ese año (Salas, 2019).

Lo que hacía significativa la locución fake news era su fuerte connotación política pues las elecciones presidenciales en EEUU en 2016 fueron decisivas para impulsar esa locución. El término alcanzó particular prominencia en noviembre de 2016 durante la campaña presidencial de los EEUU debido a la gran cantidad de sitios que difundían falsedades sobre los candidatos bajo el disfraz de noticias. Luego ganó mayor impulso en enero cuando Donald Trump desestimó los informes de la agencia de noticias CNN sobre sus supuestos vínculos con Rusia tachándolos como fake news.

De hecho, Donald Trump, presidente de EEUU, se enorgullecía de haber usado mejor que nadie la palabra “fake” para referirse a cómo los medios despreciaban sus logros económicos un año después de haber ganado las elecciones

Vemos pues que el poder de expansión de las noticias falsas ha dependido de los soportes existentes en cada época como papiros o pergaminos en la Antigüedad; libros en el Renacimiento; y, desde el siglo XIX, periódicos impresos en masa, la radio o televisión. También ha dependido de la evolución de los medios de transporte y de comunicación: animal, mecánico y digital (Fernández-Barrero, 2014).

Deducimos, entonces, que los bulos y las fake news no son algo nuevo, sino que han existido siempre, pero como consecuencia de la inmediatez de la información gracias a los nuevos medios, a internet y a las redes sociales, que otorgan a cualquiera el poder de comunicar y ser leído, las fake news se han convertido en algo mucho más habitual de lo que cabría esperar.

A todo esto, hay que sumarle la pandemia del COVID-19, la cual ha tenido muchas consecuencias de diferente consideración. Un tercio de la población mundial ha estado confinada y esto ha supuesto un fuerte golpe para la economía. Además, se cerraron universidades y colegios, lo que ha obligado a adoptar métodos distintos a los centros para poder seguir impartiendo las clases. Vemos que la peligrosidad del virus sumada a

la imposición de quedarse en casa y a la incertidumbre general sobre el tema, al tratarse de un virus desconocido por su novedad y que ha condicionado tanto nuestra forma de vida lleva a la gente a demandar mucha información sobre ello y, desgraciadamente, a creer la mayoría de lo que lee o escucha. Es por esto que los bulos y las fake news están en estos momentos a la orden del día más de lo que nunca lo han estado.

El Centro de Investigaciones Sociológicas (2020), en su informe “Consumo de información durante el confinamiento por coronavirus” muestra que el 78% de los españoles consumió más información que antes de la pandemia y que, además, más de la mitad se informaba tres veces al día o más. El mismo informe también revela que ocho de cada diez ciudadanos reconocían haber recibido noticias falsas durante la pandemia.

La relación entre el medio y la sobreexposición informativa se refuerza en momentos de crisis.

“Si bien el miedo es una emoción que experimentamos con frecuencia como individuos, también puede ser una emoción compartida y social”, explica la psicóloga Wahl-Jorgensen (2020) quien ha estudiado el rol que juegan las emociones en el periodismo. Así, como el coronavirus, el miedo es contagioso y se expande fácilmente.

Por su parte José Manuel Sánchez-Duarte y Raúl Magallón Rosa (2020) publicaron un artículo en la Revista Española de Comunicación en Salud en el que revelaban los datos obtenidos en su estudio sobre la evolución y viralización de informaciones falsas en España relacionadas con la Covid-19. Uno de los aspectos llamativos que concluyeron fue el significativo aumento de difusión de noticias falsas durante la pandemia. Reportándose un 32,5% de los bulos antes del confinamiento frente a un 67,5% durante este, explicándose esto por varios factores. En primer lugar y como se ha dicho previamente, ante situaciones de incertidumbre, la población reclama urgente y cuantiosamente información para obtener detalles de lo que ocurre y calmar el miedo y la histeria que produce la incertidumbre, más aún cuando se trata de asuntos que, al ser tan novedosos, se dan a conocer casi exclusivamente por los medios de comunicación tradicionales. La novedad y el rápido desarrollo de los hechos es otro de los factores que propician esos resultados, sumado al desconocimiento general que provoca un tsunami de informaciones de todo tipo.

Al igual que en otros contextos históricos, el momento de gran ansiedad generado por la pandemia del coronavirus se ha usado ampliamente por los grupos políticos para ejercer presión. Esta fuerte respuesta se ha acentuado con la proliferación de bots, sistemas software que se programan usando técnicas de automatización para interactuar con ciertos mensajes según un código predefinido mediante palabras clave. Es decir, perfiles falsos con un único propósito: amplificar una idea concreta. Estos algoritmos han radicalizado los discursos y dado voz a teorías con ninguna base científica (Llorente, 2020).

Vemos pues que los bulos y fake news no son algo nuevo, sino que son han estado presentes a lo largo de la historia en el ámbito de la comunicación, siendo incluso más antiguo que el periodismo, o los medios de comunicación de masas. Si bien, es cierto, que en los últimos años este fenómeno ha alcanzado una popularidad muy elevada, que es debido, principalmente, por el desarrollo tecnológico y a las redes sociales, que han permitido que los mensajes puedan llegar a cualquier parte del mundo a una velocidad prácticamente instantánea; y que han dado la posibilidad a que cualquier persona pueda dar su opinión o informar de cualquier noticia sin que exista apenas control.

A todo esto, hay que sumarle la pandemia del COVID-19 que ha acentuado la propagación de bulos y noticias falsas. Este aumento en la propagación se debe, por un lado, al miedo y a la incertidumbre generados por la aparición de un virus desconocido; y, por otro lado, la novedad y el rápido desarrollo de los acontecimientos. Ambos factores producen que la demanda de información por parte de la población aumente.

3.2. INTENCIONALIDAD DE BULOS Y FAKE NEWS

En este apartado, hablaremos de la intención que va detrás de cada bulo o fake new. Para ello, debemos primero estudiar algunas características de los bulos y fake news como el tema, el formato o el territorio de donde provienen.

Para estudiar estas características de los bulos y fake news, hemos realizado un estudio de los bulos desmentidos por Maldita.es. Dado que la finalidad de este trabajo es conocer la desinformación en la pandemia del COVID-19, hemos acotado la muestra del 13 de marzo al 14 de abril del 2020, y nos hemos centrado exclusivamente en los bulos y fake news que se cataloguen en ciencia y salud (N=74).

Comenzaremos por estudiar los canales por los cuales se ha difundido el bulo. En este sentido, hemos diferenciado entre redes sociales, medios de comunicación y otras plataformas. Dada su extensión, hemos decidido desglosar la categoría de redes sociales en: Whatsapp, Twitter, Facebook, Youtube, Instagram y redes sociales sin especificar. En esta última categoría se han incluido los bulos difundidos por redes sociales múltiples, ya que se observó que muchas de las desinformaciones se expandían en más de una plataforma.

Como vemos en la figura 1, Whatsapp se posiciona como el principal canal por el que se han difundido bulos (37%); seguido por las redes sociales sin especificar con un 27%, por lo que se puede entender que el porcentaje de Whatsapp sería aún mayor.

Con menor frecuencia, encontramos Facebook y Twitter, con el 15% y el 11%, respectivamente. En siguiente lugar se situaría los medios de comunicación tradicionales con un 5%, seguidos por Youtube e Instagram con un 4% y un 1% respectivamente. En último lugar se encuentran las otras plataformas desde donde no ha sido emitido ningún bulo en la muestra.

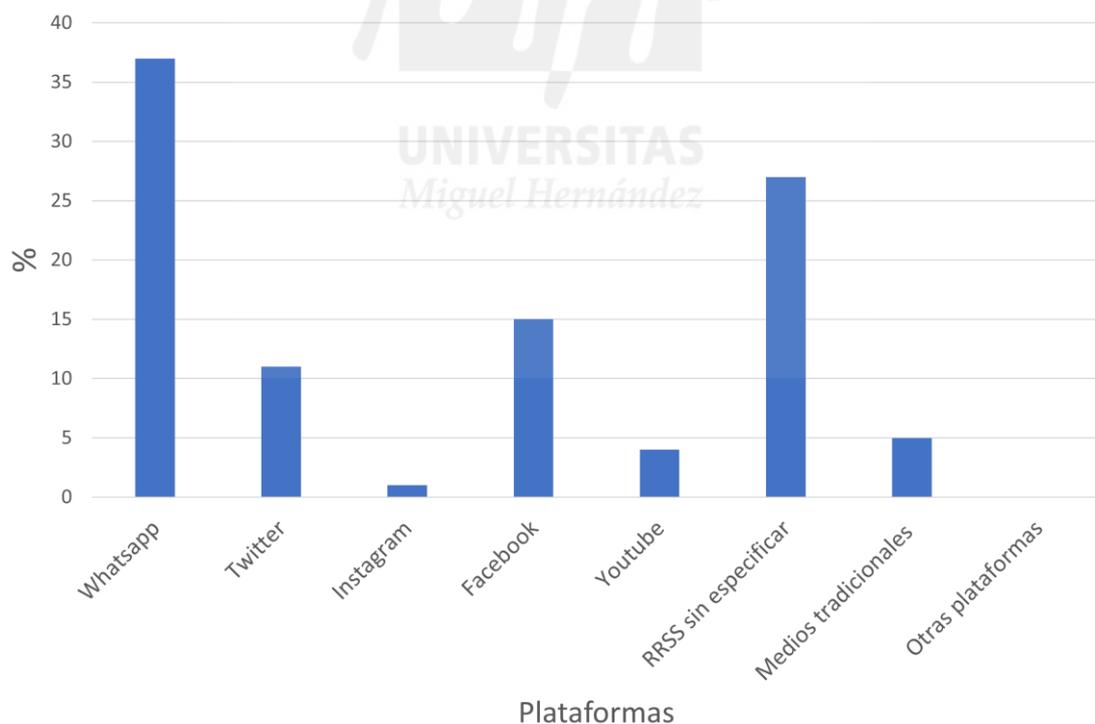


Figura 1: Tipos de plataformas utilizadas para la difusión de bulos y fake news. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

La siguiente característica se trata del formato, el cual está muy relacionado con los canales de difusión de los bulos. En este sentido diferenciamos entre: texto, audio, foto y vídeo. En este caso, es el texto el formato más utilizado con un 42% (figura 2). En segundo y tercer lugar se encuentran las fotos y los videos con un 26% cada uno. Cabe destacar que, generalmente, los bulos están contruidos sobre diferentes códigos, es decir, usan más de un formato.

No obstante, el texto, por su simplicidad, rapidez y facilidad a la hora de elaborarlo es el formato lógico más utilizado en nuestra muestra, lo que explica el alto porcentaje de WhatsApp como principal plataforma de difusión.

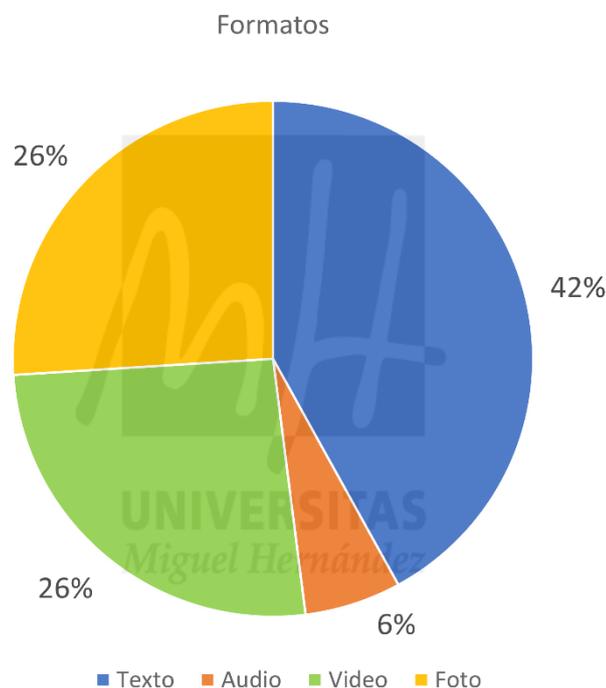


Figura 2: Frecuencia de uso de los formatos para la creación de bulos. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

A continuación, pasamos a estudiar las fuentes que han difundido bulos y fake news (figura 3). Hemos diferenciado entre: fuentes suplantadas, anónimas, ficticias o reales. Las fuentes suplantadas representan el 39% del total, lo que significa que la mayoría de los bulos analizados utilizaban la identidad real de un persona física o jurídica para atribuirle una información falsa.

Las fuentes anónimas cuentan con el segundo porcentaje más alto (27%) e implican informaciones cuyo origen se desconoce, no se conoce el emisor ni hay una persona que respalde la información. Por la facilidad para fabricar contenido en la web, no es de extrañar que las fuentes anónimas cobren relevancia, ya que cualquier usuario puede lanzar desinformación sin necesidad de desvelar su identidad.

Por fuente real entendemos aquellas personas físicas y jurídicas con una identidad correcta, pero que emiten una información falsa. Esta categoría se encontraría en la tercera posición con un 20%. En último lugar, las fuentes ficticias (aquellas que no existen) ocupan un 14% del total.

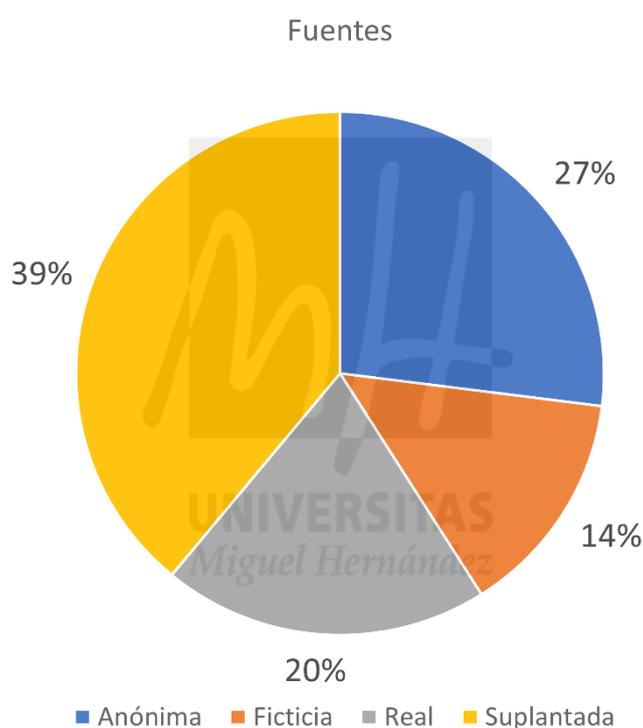


Figura 3: Tipos de fuentes. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

Pasamos, ahora, a hablar de la temática de los bulos y fake news, para ello se ha considerado una clasificación por categorías y una, más detallada, por temas. Las categorías utilizadas son: manipulación con fines ideológicos, manipulación con fines económicos, humor/sátira, conspiranoia y no aplicable (aquellos que no se correspondan con ninguna categoría de las anteriores).

Vemos en la figura 4, como la manipulación ideológica es más frecuente que la manipulación con fines económicos, y se puede observar una clara intención de influir

en el lector en cuestiones mayoritariamente políticas. Aproximadamente un tercio (37%) de las fake news analizadas se engloban en esta categoría, usando a la salud pública como un arma para orientar el pensamiento ideológico de los usuarios. Por el contrario, tan solo un 9% de los bulos se encuentran en la categoría manipulación con fines económicos.

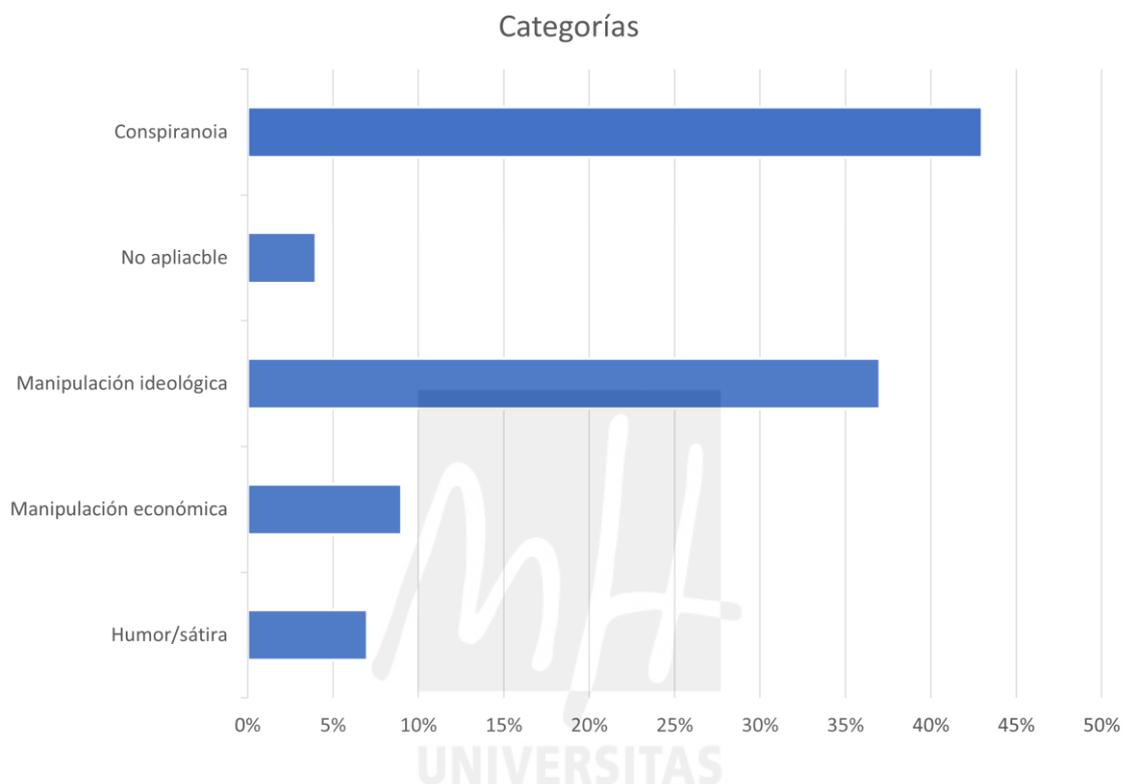


Figura 4. Clasificación de los bulos y fake news por categorías. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

Sin embargo, la conspiranoia es la categoría que cuenta con el porcentaje más alto, un 43% del total. Una de las prácticas más características de este tipo de noticias es desacreditar fuentes habitualmente fiables, especialmente de científicos y expertos. Durante el análisis de los bulos se ha podido observar cómo Maldita.es ha desmentido gran cantidad de bulos que asociaban el origen del virus a argumentos sin base científica, así como predicciones sobre la pandemia en libros o películas que no dejan de ser ficción.

Por último lugar, hallamos las categoría de humor/sátira y no aplicable, que son las que con menos frecuencia han aparecido en las fake news analizadas con un 7% y un 4% respectivamente.

Con el fin de obtener un análisis más detallado de los tipos de bulos se han determinado siete temas: vacunas, origen planificado del virus, curas y remedios, recomendaciones, predicciones, medidas poblacionales a gran escala y no aplicable.

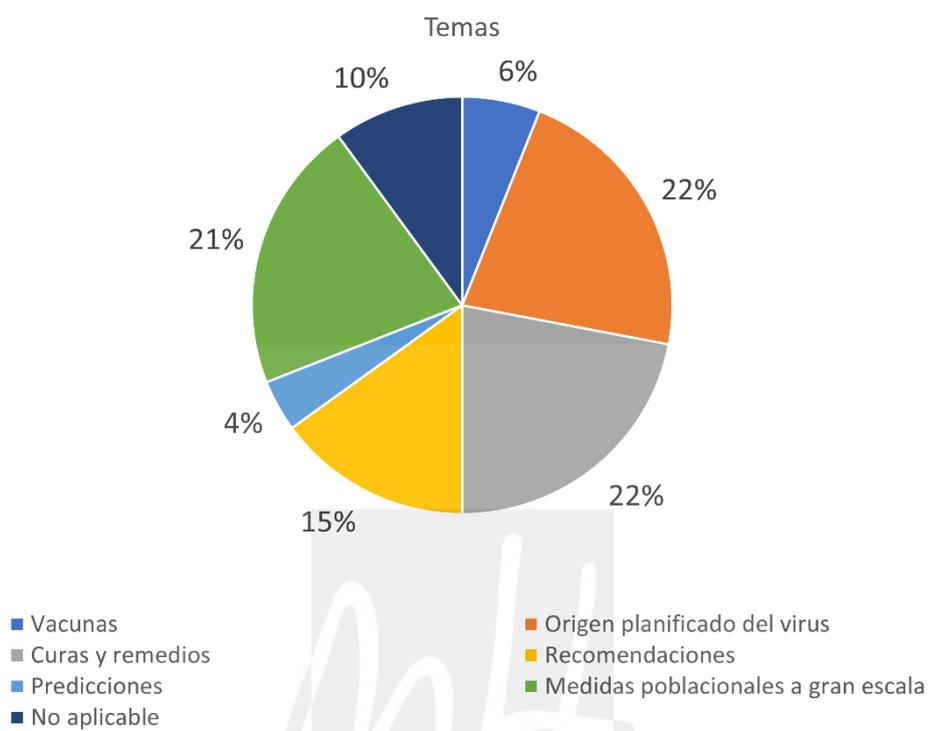


Figura 5. Clasificación de los bulos y fake news por temas. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

En el contexto informativo de la situación, debemos recordar que los bulos analizados comprenden el primer mes de Estado de Alarma, es decir, del 14 de marzo al 13 de abril. En ese momento, el desconocimiento acerca de la procedencia del virus y sus consecuencias era aún muy alto, por lo que, es lógico encontrar que las temáticas de los bulos que más circularon durante ese mes fueron el origen planificado del virus (22%), curas y remedios (22%) y medidas poblacionales a gran escala (21%) (figura 5).

En menor porcentaje, aunque también significativo se sitúan las recomendaciones (15%), es decir, consejos para no contagiarse. Este tema parece ser menos recurrido durante este primer mes de pandemia, probablemente porque la población estaba más preocupada por encontrar una cura que por prevenir la enfermedad. Le sigue la categoría de no aplicable (10%), donde se han incluido los bulos que no correspondían de forma clara con las temáticas propuestas.

Tienen una presencia testimonial los bulos sobre posibles vacunas (6%) y las predicciones (4%). Estos porcentajes tan pequeños se explican porque, en el análisis de la muestra, se puede observar cómo existe una constante preocupación por curarse del virus en caso de contagio, pero desde una perspectiva casera, posiblemente provocada por la creencia que asociaba el coronavirus a una gripe común. Es por eso que el porcentaje de Curas y remedios es considerablemente más alto que el de las vacunas. Sin embargo, esa relación fue cambiando favorablemente para las vacunas conforme se fue avanzando en el desarrollo de estas.

A continuación, analizaremos la orientación del discurso hace referencia al mensaje que se diferencia dentro de los bulos en cuanto a los efectos finales que puede generar esa desinformación. No se debe confundir el discurso con el objetivo del bulo, ya que el primero es el medio a través del cual se llega al segundo. En este sentido hemos distinguido cinco estructuras o discursos: posición hiperbólica a favor o en contra de personas u organizaciones, desacreditar fuentes, mensajes racistas, teorías conspiranoicas y no aplicable.

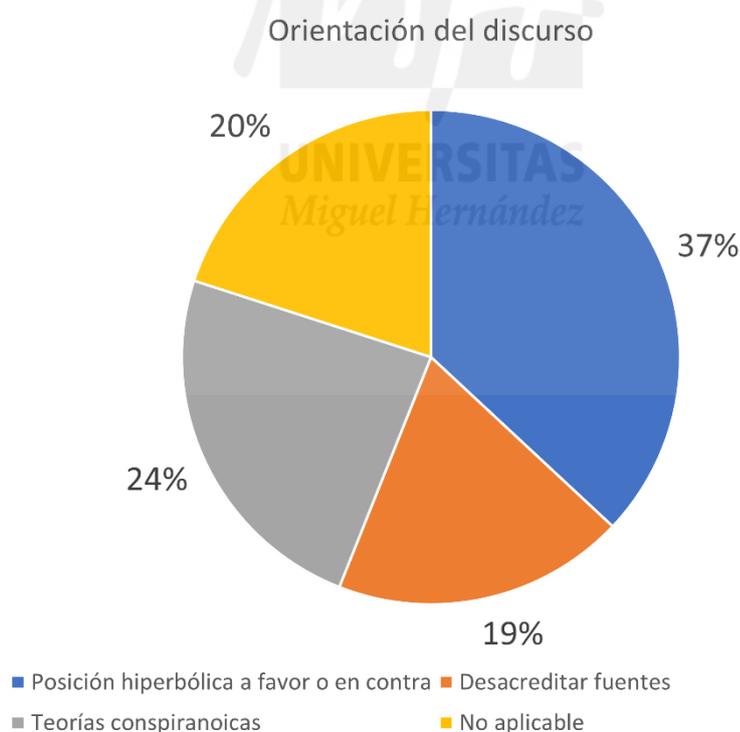


Figura 6. Tipo de discurso en el que se fundamenta el bulo o fake news. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

El primero de estos discursos es la posición hiperbólica a favor o en contra (37%), es decir, los mensajes que buscan crear una imagen positiva o negativa de diferentes sujetos. Cabe destacar que los sujetos hacia los que se dirigen estos discursos son mayoritariamente el gobierno y las instituciones sanitarias; y que lo más común es que se posicionen en contra de estos.

El segundo porcentaje más elevado corresponde a las teorías conspiranoicas con un 24% (figura 6). Teniendo en cuenta que la mayoría de los bulos estudiados se categorizan como conspiranoia y que los temas más recurrentes suelen caer en mensajes conspiranoicos, parece consecuente que este tipo de discurso tenga presencia.

Los discursos que se han enmarcado en desacreditar fuentes son aquellos que claramente intentan anular una información en función de la persona que la firma. Es decir, se rebate una opinión o dato considerando la credibilidad de quien la emite. Con 20% de frecuencia, se incluyen aquí muchos de los discursos catalogados como manipulación ideológica. Asimismo, en un porcentaje similar (19%) se posiciona el discurso no aplicable, es decir, aquellas desinformaciones que mezclan diferentes discursos o estructuras de creación. Los mensajes racistas, muy comunes en otros bulos de ámbito político, no tienen presencia en lo que respecta a la Ciencia y Salud.

Una vez analizadas todas las variables anteriores se puede determinar con más claridad cuál es la intencionalidad del bulo, o lo que es lo mismo, con qué propósito se emite esa desinformación. Según nuestra muestra, hemos considerado cinco objetivos identificables: generar alerta/infundir miedo, desacreditar a expertos, polarizar ideologías, demonizar minorías y no aplicable.

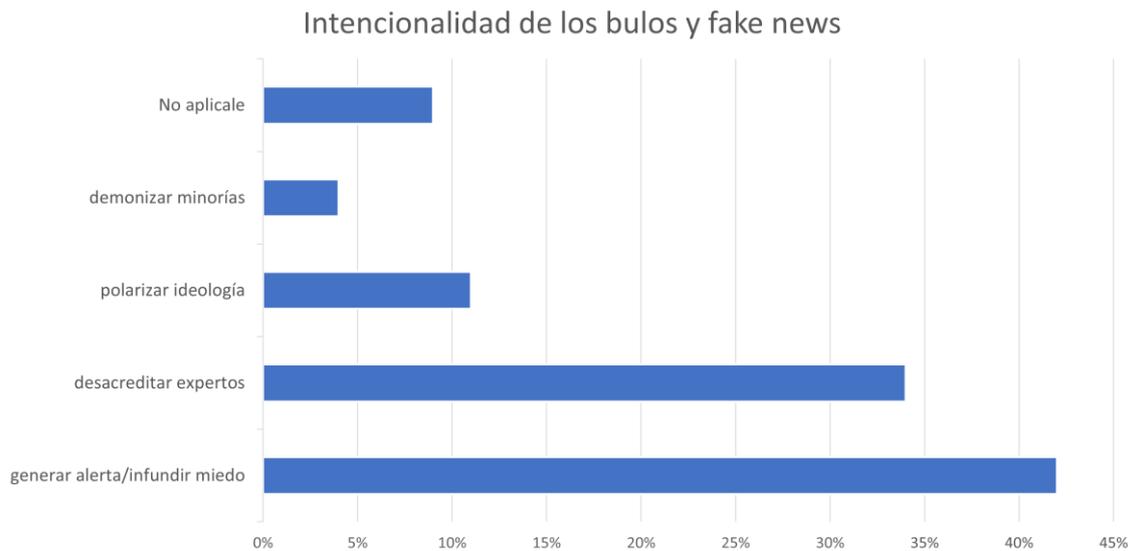


Figura 7. Propósito final del bulo o fake news. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de maldita.es

En el marco teórico hablábamos de la relación entre el medio y la sobreexposición informativa, explicado por la psicóloga Wahl-Jorgensen (2020). Así, el miedo es una emoción contagiosa y efervescente en situaciones de crisis y ansiedad social. Además, un individuo con miedo es mucho más manejable y débil. Casi la mitad de los bulos de la muestra (42%) buscan precisamente esto: asustar, alarmar y generar miedo entre una población confundida y sin suficiente información. Este porcentaje complementa los resultados de las variables anteriores, obteniendo los datos más altos en Conspiranoia en cuanto a categorías (figura 7) y Origen planificado del virus en cuanto a temas.

Desacreditar a expertos es el segundo propósito con mayor porcentaje (34%). En este objetivo se han incluido los bulos que atacan directamente a las fuentes expertas en el tema, ya sean científicas o gubernamentales. Si comparamos el resultado con la prominencia de la posición hiperbólica del discurso podemos confirmar que, tras la apelación a las emociones del objetivo anterior, se encuentra la negación de las fuentes reales.

En un porcentaje menor están los bulos que buscan mover a la población hacia extremos de una ideología concreta (polarización ideológica, 11%) y que se incluyen en la manipulación ideológica si hablamos de categorías (figura 6). Le sigue un propósito No aplicable (9%) donde se han incluido aquellas informaciones que no se definen con

ninguno de los anteriores o que no encaran un objetivo concreto, para acabar con una presencia muy baja en cuanto a Demonizar minorías (4%), es decir, emitir bulos señalando a grupos minoritarios como culpables de la expansión del virus en España.

3.3. HERRAMIENTAS PARA COMBATIR LOS BULOS Y FAKE NEWS

Uno de los peligros en la actualidad, debido a la gran cantidad de información diaria que recibimos, es que esta sea falsa. A causa de que cada vez es más viable obtener información de forma fácil y rápida, también es más común que estemos mal informados o que nos cuelen fake news. Estamos sometidos constantemente a un bombardeo de información a través de diferentes vías y fuentes.

Como ya sabemos, el principal canal por el que se han transmitido bulos y fake news, durante los meses de confinamiento en la pandemia del COVID-19, han sido las redes sociales, y es que algunos autores ya hablan de la gran amenaza que supone esta nueva fuente de información y no solo a nivel usuario, sino a nivel democrático.

“En sólo 10 años, las redes sociales han pasado de ser descritas como la mejor herramienta de democratización que habían desarrollado nuestras sociedades, a ser consideradas por algunos como una gran amenaza para los sistemas democráticos occidentales” (Herrera, 2020).

Por ello, y por todas las consecuencias que engloban los bulos y la desinformación en la actualidad, es necesario luchar contra estas fake news. A continuación, veremos algunas herramientas para combatir estos bulos en Internet (Mínguez, 2020):

- ZenMate es una herramienta que se usa como extensión del buscador Google y que entre sus diversas funciones está la de decirte con unos simples tics la fiabilidad del contenido y si la web por la que navegas está libre de fake news y contenido dudoso (About us, s. f.).

-Google Lens: se trata de una herramienta que permite hacer búsqueda inversa de imágenes. Google Lens es un servicio de Google que funciona como herramienta de búsqueda visual. Identifica cosas que aparecen en tus fotos, desde monumentos hasta animales, pasando por libros, CDs o plantas (Google Lens - Busca lo que ves, s. f.).

-Corporationwiki: se trata de una herramienta que permite investigar a empresas y sus directivos. Corporationwiki existe para proporcionar transparencia corporativa y datos históricos sobre las empresas. Esto permite que los trabajadores rindan cuentas por las acciones que toman a través de sus corporaciones (About Corporation Wiki, s. f.).

-TelegramAnalytics: se trata de un proyecto sin fines de lucro que recopila estadísticas para más de 14,000 canales de Telegram. Todas las estadísticas de los canales de Telegram están abiertas y pueden ser vistas por cualquier persona. El sitio web del proyecto también tiene su calificación de los canales de Telegram, donde las plataformas se dividen en categorías y se comparan entre sí por varios parámetros: suscriptores, tasa de crecimiento, vistas, índice de citas. Estos datos de métricas importantes simplifican mucho el análisis en Telegram (Popsters, 2022).

- La Oficina de Seguridad del Internauta (OSI), es un espacio virtual donde se muestran avisos y bulos desmentidos. También nos avisa de las amenazas y nos da consejos sobre ciberseguridad (¿Quiénes somos?, s. f.)

- Asimismo, también podemos ayudarnos de los perfiles en redes sociales de Policía Nacional y de la Guardia Civil para combatir la desinformación.

-Otra de las herramientas con mayor relevancia en la actualidad son las plataformas de verificación, que se basan en una operación que aplica técnicas del periodismo de datos para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación. Se trata de un filtro que garantiza que los textos periodísticos están contrastados a partir de fuentes fiables, documentos oficiales y resultados de investigaciones solventes. Sin embargo, aunque a priori, combatir falsedades con hechos pueda parecer una estrategia sencilla para mitigar la desinformación; existe una amplia evidencia que muestra que este periodismo de verificación puede ser de utilidad limitada o incluso llegar a ser contraproducente. Como vimos en el marco teórico, estas plataformas de verificación cuentan con una serie de limitaciones como pueden ser el sesgo partidista e ideológico del verificador de noticias o la incapacidad de desmentir el gran volumen de información falsa que circula por los medios de comunicación. Además de estas limitaciones, las plataformas de verificación cuentan con prácticas metodológicas controvertidas que llegan a generar

desconfianza en la población, como pueden ser, tratar una declaración que contiene múltiples hechos como si fuera un solo hecho, y categorizar como exactas o inexactas las predicciones de acontecimientos que aún no se han producido.

Vemos pues, como la mayoría de estas herramientas han sido desarrolladas por empresas privadas, con algunas excepciones como es el caso de la Oficina de Seguridad del Internauta o los perfiles en redes sociales de la policía nacional y la guardia civil. Estas herramientas, a pesar de suponer una oportunidad para el ciudadano a la hora de averiguar si una información es cierta o falsa, resultan insuficientes a la hora de frenar el gran problema de la desinformación. Es por ello por lo que se hace necesario adoptar soluciones desde los distintos organismos públicos que complementen las herramientas previamente descritas.

3.4. POSIBLES SOLUCIONES

Ante toda esta problemática, hace años que se empezaron a plantear formas de controlar la información falsa o errónea que se va divulgando. Los mismos organismos gubernamentales y diferentes instituciones han unido esfuerzos en muchas ocasiones para luchar contra ella, pero el papel más importante lo juegan probablemente los profesionales de la información, responsables en gran medida de la propagación y a la vez de la limitación de información incorrecta o falsa sobre la pandemia.

Una de las Instituciones que ha tomado cartas en el asunto ha sido la Organización Mundial de la Salud, que en cuanto el Virus del Covid-19 fue declarado una emergencia de la salud pública a nivel internacional, desarrolló el programa EPI-WIN, (Red de Información de la OMS para Epidemias). Su cometido es tratar de combatir la ya calificada como infodemia mediante una red de profesionales que aportan información y asesoramiento a una serie de grupos específicos (OMS, s.f.).

Otra organización que se ha sumado a la lucha contra la desinformación ha sido la UNESCO, creando el webinario “Fake news durante la Covid-19, ¿cómo identificarlas y abordarlas pedagógicamente?”, desarrollado para que los profesores que participaran en él dieran a conocer a sus alumnos información sobre las fake news, las consecuencias de que se hagan virales y las formas de identificarlas (UNESCO, 2020).

También la UNESCO ha publicado "Disinfodemic. Deciphering COVID-19 disinformation" que, en resumen, es un documento que recoge una serie de políticas que se deberían adoptar y describe, además, el término desinfodemia, así como resalta la necesidad de fomentar la alfabetización informativa y mediática para desarrollar el pensamiento crítico y aptitudes para ser capaces de detectar informaciones falsas en la red (Posetti & Bontcheva, 2020).

Por su parte, los primeros pasos que empezó a dar la Unión Europea contra las fake news y bulos vinieron a raíz de las elecciones en Estados Unidos de 2016, momento clave para la historia de las fake news, donde se difundieron cientos de noticias falsas a favor y en contra de los candidatos (Herrera, 2020).

Como hemos comentado anteriormente, las fake news siempre han estado presentes en nuestras vidas, y más si había intereses económicos o políticos por medio. Hoy debido a las redes sociales este problema es mucho más global. Por ello en enero de 2018 la Unión Europea decide crear un grupo compuesto por expertos para luchar así contra los bulos y fake news en Internet y en las diversas redes sociales; 39 expertos de grandes corporaciones como Facebook, Google o Twitter son algunos de estos componentes, además, de otros medios de comunicación (Wardle, C., Nielsen, R., Mantzarlis, A. y Jiménez, C., 2018) . Las medidas que se adoptaron persiguen cuatro objetivos principales:

1. Aumento de recursos para mejorar la detección de las fake news y la manipulación informativa, para ello se fusionará la SEAE (Servicio Europeo de Acción Exterior) y las delegaciones de la UE en los países vecinos.
2. Creación de un sistema coordinado y de rápida alerta entre todas las instituciones de la UE y los Estados miembros ante los ataques de la desinformación.
3. Supervisión del cumplimiento de buenas prácticas en las plataformas que ofrecen información a tiempo real. Así se pretende garantizar la transparencia de la publicidad política y detectar a tiempo campañas de desinformación o cuentas falsas que las crean.
4. Campañas de información para la alfabetización mediática. Concienciando a la ciudadanía de la gravedad y la importancia de verificar las noticias y cuentas que siguen y ven en internet y en las redes sociales.

Sin embargo, si alguien tiene un papel determinante a la hora de frenar la desinformación son los profesionales de la comunicación. Por haberse preparado para ello, por ética y por profesionalidad, los que se dedican a esta profesión deberían ejercer mejor que nadie el papel de garante de la fiabilidad, contrastando informaciones y no publicando noticias de las que no se tenga constancia de que son ciertas. Asimismo, estos profesionales deberían contar también con las herramientas y competencias que les permitan detectar fuentes aptas para elaborar sus textos, así como se hace esencial que ellos mismos reflexionen y desarrollen posturas críticas a la hora de evaluar y tratar la información (Aleixandre-Benavent, et al., 2020).

A pesar de todo esto, para que la lucha contra las noticias falsas se haga efectiva, es necesaria la colaboración de todos, tanto instituciones como profesionales de la información como los propios ciudadanos, y de esta forma, la solución podría estar basada en tres pilares fundamentales: la penalización, la educación y los verificadores de información.

- Penalización: Se trata de una medida controvertida, ya que muchos opinan que penalizando la difusión de información (veraz o no) se estaría coartando la libertad de expresión y, como se ha mencionado anteriormente, es usual que la información se comparta con buenas intenciones, aunque se acabe consiguiendo el efecto contrario. Redes sociales como Facebook y Twitter ya han tomado iniciativas de este tipo, cerrando perfiles que han detectado como falsos o penalizando con etiquetas de “fake news” a los sospechosos de publicarlas.

- Educación: Hay una tendencia muy alta, especialmente en España, a dar credibilidad y difusión a la desinformación que circula por los medios de comunicación y especialmente por las redes sociales. Por esto se hace esencial una buena educación, que enseñe a la población a distinguir una noticia falsa de otra que no lo es, aunque también es necesaria la voluntad del lector en este aspecto, formándose a sí mismo mediante el estudio y la lectura para poder hacer frente y analizar la mayor cantidad posible de información que se le presente. El conocimiento es la cura para la ignorancia, usada en numerosas ocasiones para manipular y engañar a las sociedades en favor de lo que unos pocos han querido, por lo que en manos de todos queda la responsabilidad de estar bien informado.

Como dijo Peter Facione (2015) en “Pensamiento crítico: ¿qué es y por qué es importante?”: “Las sociedades modernas están llamadas a educar a los ciudadanos para que sean diligentes en la búsqueda de información relevante, enfocados en preguntar e indagar, persistentes en la búsqueda de resultados tan precisos como las circunstancias y el problema o la situación lo permita”.

- Verificadores de información (Fact-checking): Tal y como su nombre indica, los verificadores de información son plataformas o empresas que se dedican a analizar posibles fake news o bulos para posteriormente publicar su investigación y demostrar con pruebas que la información que se ofrece es fiel a la realidad o no. Es cierto que la verificación de hechos aumenta la precisión del debate público y ejerce una influencia beneficiosa general sobre la información con la que cuenta la ciudadanía, pero, como hemos comentado a lo largo de este trabajo, estas plataformas cuentan con una serie de limitaciones y prácticas metodológicas cuestionables.

En definitiva, la unión de estas tres variables es la mejor solución contra la desinformación, porque implica a todos los ciudadanos y porque es necesaria una concienciación al respecto (mediante la penalización) para poder solucionar el problema desde la raíz (mediante la educación) y mientras, sirviéndonos complementariamente de herramientas como las plataformas de verificación para ir amainando las hordas de información falsa que se nos presentan hoy en día.

4. CONCLUSIONES

El presente trabajo nos ha permitido aclarar algunas cuestiones sobre bulos y fake news, especialmente aquellos publicados durante el estado de alarma decretado por el gobierno de España como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

En este sentido vamos a comenzar con el primer objetivo del trabajo: “Conocer si los bulos o fake news son algo novedoso o por contrario ya existían anteriormente”. La sobreinformación es una consecuencia del avance de la tecnología. La facilidad que hoy en día se tiene tanto para acceder a ella como para poder publicarla, es algo que era impensable no hace tanto tiempo.

Sin embargo, los bulos y fake news, y en general, la desinformación, no son algo que hayan nacido a raíz de la pandemia del COVID-19; y es más, tampoco es algo que haya nacido del desarrollo tecnológico, sino que es un fenómeno que, como dijo Juan Luis Cebrián: “ha formado parte de la historia y de la prehistoria de esta disciplina (el periodismo) desde sus orígenes...”. Podemos encontrar innumerables casos de desinformación muy atrás en la historia, como en la Edad Media, cuando se falsificaban bulas papales, como la que forjó un conde de Armagnac para casarse con su hermana.

Si es cierto, que el poder de expansión de bulos y fake news ha dependido de los soportes existentes en cada época como papiros o pergaminos en la Antigüedad o, periódicos impresos en masa, la radio o televisión en la actualidad.

A todo esto, hay que sumarle la pandemia del COVID-19, que ha generado miedo e incertidumbre entre la población con la consecuencia de que esta demandara mucha más información que los niveles previos a la pandemia.

Una vez comentado esto, podemos responder el primer objetivo de este trabajo. Vemos que los bulos y fake news no son algo nuevo, pues han estado presentes a lo largo de la historia, sin embargo, la intensidad con la que son difundidos si ha aumentado considerablemente, por un lado, por el desarrollo tecnológico y, por otro lado, por el aumento de demanda de información por parte de la población consecuencia del miedo e incertidumbre generado por la pandemia del COVID-19.

El siguiente objetivo en el que nos centraremos es: “analizar la intención por la que se difunden bulos y fake news”. Para resolver este objetivo, hemos realizado un estudio de los bulos desmentidos por maldita.es durante el primer mes de confinamiento; además a raíz de esta muestra hemos estudiado algunas características (canales de difusión, temática, orientación del discurso, etc.) de los bulos y fake news para obtener una idea más precisa de la intencionalidad que hay detrás de cada bulo y fake new.

En el contexto informativo de la situación, debemos recordar que los bulos analizados comprenden el primer mes de Estado de Alarma, es decir, del 14 de marzo al 13 de abril. En ese momento, el desconocimiento acerca de la procedencia del virus y sus consecuencias era aún muy alto, por lo que, es lógico encontrar que el origen planificado de virus sea el tema más recurrente dentro de la muestra; y, por su parte, la categoría

más usada ha sido conspiranoia. Durante el análisis de los bulos se ha podido observar gran cantidad de bulos que asociaban el origen del virus a argumentos sin base científica, así como predicciones sobre la pandemia en libros o películas que no dejan de ser ficción. Es por todo esto por lo que casi la mitad de los bulos y fake news analizadas (42%) tienen como finalidad el influir miedo ante una población confundida y sin suficiente información.

La segunda finalidad más perseguida en los bulos y fake news analizados es desacreditar a expertos con un 34% del total. Aquí se incluyen todos aquellos que atacan fuentes expertas en el tema, ya sean gubernamentales o científicas. Esto es respaldado si nos fijamos en la orientación del discurso en los bulos y fake news. Vemos que la posición hiperbólica, bien a favor, o bien en contra, es el discurso más usado. Cabe destacar que los sujetos hacia los que se dirigen estos discursos son mayoritariamente el gobierno y las instituciones sanitarias; y que lo más común es que se posicionen en contra de estos.

La siguiente finalidad más perseguida es la polarización ideológica con un 11% del total de los bulos y fake news presentes en la muestra. Centrándonos en las categorías de los bulos y fake news, hemos visto como es mucho más frecuente la manipulación ideológica (37%) que la económica (9%).

Con menor porcentaje, nos encontramos con la categoría de no aplicable con un 9% de la muestra donde se han incluido aquellos bulos y fake news que no se definen con ninguno de los objetivos propuestos, o que no persiguen un objetivo concreto. Por último lugar, encontramos con una presencia muy baja a demonizar minorías (4%), es decir, emitir bulos señalando a grupos minoritarios como culpables de la expansión del virus en España.

Una vez concluido el segundo objetivo de la intencionalidad que hay detrás de cada bulo y fake new, pasamos con el siguiente objetivo: “conocer las herramientas que existen para combatir los bulos o fake news”. Como hemos visto a lo largo del trabajo, el problema de la desinformación tiene una importancia central en nuestros días, es por ello por lo que se hace necesario el desarrollo de herramientas con las que la ciudadanía pueda combatir esos bulos y fake news.

A lo largo del estudio se han presentado diferentes herramientas tecnológicas con las que cuentan la ciudadanía para averiguar si una información es falsa o veraz, sin embargo, debido al gran número de herramientas de este tipo que existen, resulta imposible reunir las todas en este trabajo. Destacamos en primer lugar, Google Lens que te permite hacer una búsqueda inversa de una imagen, y así conocer sobre la procedencia de esta. Además, Google Lens identifica objetos que aparecen en la imagen, desde personajes famosos a monumentos.

Otra herramienta muy útil de la que hemos hablado en este trabajo es corporationwiki que se trata de una herramienta destinada a investigar a empresas y sus dirigentes. Por su parte, encontramos TelegramAnalytics que es una herramienta que recopila estadísticas de más de 140.000 canales de Telegram. Cabe destacar que plataformas como Facebook o Twitter también cuentan con herramientas similares. Otra herramienta que hemos destacado es la Oficina de Seguridad del Internauta (OSI), donde, además de avisar de amenazas y dar consejos de ciberseguridad, también se muestran fake news y bulos desmentidos.

Por último lugar, destacamos el papel de las agencias de verificación como una de las herramientas más importantes en la lucha contra la desinformación. Aunque, como hemos comentado anteriormente, estas agencias de verificación pueden llegar a ser de utilidad limitada o incluso llegar a ser contraproducentes. Esto es debido, por un lado, a las limitaciones a las que se enfrentan, como la incapacidad para desmentir el gran volumen de bulos que se publican; o la eficacia a la hora de moldear el debate público, pues para ello, estas deben contar con la confianza de la ciudadanía, y como hemos visto muchos sectores de la población aún son reacios a estas plataformas. Por otro lado, nos encontramos con una serie de prácticas metodológicas que pueden generar polémicas para la ciudadanía. Es el caso del criterio de selección de los bulos y fake news que se van a desmentir; de considerar como cierto o falso declaraciones sobre acontecimientos que aún no se han producido o de considerar como cierto o falso una relación causal entre dos variables en las que no está claro que efectos derivan de que causas.

Vemos pues que existen muchas y diferentes herramientas para combatir la desinformación, pero estas herramientas, aunque supongan una oportunidad para contrastar la información que le llega al ciudadano, resultan insuficientes para frenar el

gran problema de la desinformación. Es por esto por lo que se han propuesto algunas soluciones complementarias a estas herramientas.

En primer lugar, vamos a destacar algunas acciones llevadas a cabo desde importantes organismos institucionales. Comenzamos destacando el papel de la OMS que tras declararse al COVID-19 como emergencia a nivel internacional, desarrollo el programa EPI-WIN que es un sistema de comunicación sobre pandemias, donde se desmienten bulos y fake news sobre el COVID-19, y se proporciona información fiable sobre cuestiones como las vacunas o el origen del virus.

También destacamos el papel de la UNESCO, desarrollando, por un lado, un webinar destinado especialmente a los profesores, para que estos dieran a conocer a sus alumnos sobre los bulos y fake news, sus consecuencias y como identificarlas. Por otro lado, también ha publicado un documento en el que se recogen una serie de políticas que deberían adoptar los diferentes países para frenar la infodemia.

Por su parte, la Unión Europea decide crear en 2018, un grupo de 39 expertos de grandes corporaciones como Facebook o Google para luchar contra la desinformación. Las medidas que se adoptaron persiguen cuatro objetivos principales: aumento de recursos para detectar fake news y bulos; creación de un sistema coordinado y de rápida alerta entre los países de la UE; supervisión de las plataformas que ofrecen información a tiempo real; y campañas para la alfabetización mediática.

Sin embargo, estos esfuerzos resultan insuficientes en la lucha contra la desinformación, por lo que se hace necesario la colaboración de todos, tanto instituciones como de profesionales de la información y como los mismos ciudadanos. Por esto, la solución se puede basar en tres pilares fundamentales. En primer lugar, la penalización de aquella información catalogada como bulo o fake new, aunque esto suponga una limitación del derecho a la libertad de expresión. El segundo pilar es la educación, y es que existe una tendencia a dar credibilidad y difundir la desinformación que aparece en los medios y en las redes sociales. Por esto, es necesaria la educación, para que los ciudadanos sepan distinguir una noticia falsa de una veraz. Y el ultimo pilar son las agencias de verificación, que como hemos comentado anteriormente cuentan con una serie de limitaciones que

hacen imposible que ellas solas puedan acabar con el gran problema de la desinformación. Es por esto que se hace necesaria la conjunción de estos tres pilares para conseguir frenar de manera efectiva la difusión de bulos y fake news.

5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En este apartado vamos a tratar las limitaciones a las que hemos hecho frente durante la elaboración del trabajo y que han afectado a la interpretación final de los resultados de la investigación. En primer lugar, vamos a destacar la incapacidad para conocer la totalidad de bulos y fake news que circularon por los medios de comunicación durante la pandemia del COVID-19. El volumen de fake news y bulos que circularon, la diversidad de fuentes desde donde fueron emitidos y la globalidad del fenómeno han producido que resulte imposible acceder a la totalidad de bulos y fake news que circularon durante la pandemia. Esta limitación ha afectado especialmente a las cuestiones derivadas del objetivo 2 del trabajo sobre la intencionalidad de los bulos y fake news, pues al ser demasiado pequeño el tamaño de la muestra resulta difícil encontrar relaciones y generalizaciones significativas.

La siguiente limitación hace referencia a la incapacidad para conocer todas las herramientas con las que cuentan la ciudadanía para hacer frente a la desinformación. Esta incapacidad viene dada por el alto número de herramientas existentes, sumado a la continua proliferación de diferentes herramientas encaminadas a combatir la desinformación. Esto ha afectado al tercer objetivo del trabajo sobre conocer las herramientas para combatir la desinformación. Ante la incapacidad para reunir todas estas herramientas en el presente trabajo, se han incluido las más relevantes en cada área (redes sociales, imágenes, empresas, etc.).

En último lugar encontramos la incapacidad para conocer todas las iniciativas llevadas a cabo desde distintas instituciones para combatir el problema de la desinformación. Desde organismos internacionales como la OMS a pequeños ayuntamientos, todos ellos han llevado a cabo iniciativas para combatir los bulos y fake news. Esta limitación ha afectado al objetivo 4 del estudio, sobre las posibles soluciones para frenar la desinformación. En este caso se ha optado por destacar aquellas iniciativas llevadas a cabo por las instituciones de mayor relevancia, como la OMS o la UNESCO; y luego

aquellas que tienen una mayor importancia en nuestra región, como las llevadas a cabo por la Unión Europea.

6. REFERENCIAS

6.1. BIBLIOGRAFÍA

Aleixandre-Benavent, R., Castelló-Cogollos, L., y Valderrama-Zurián, J.-C. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *Profesional De La información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>

Alemanno, A. (2018). How to Counter Fake News? A Taxonomy of Anti-fake News Approaches. *European Journal of Risk Regulation*, 9(1), 1-5. <https://doi.org/10.1017/err.2018.12>

Aparici, R., García-Marín, D. y Rincón-Manzano, L (2019). Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán. *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280313. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.13>

Arroyo-Sánchez, A. S., Cabrejo Paredes, J. E., y Cruzado Vallejos, M. P. (2020). Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019. *Anales De La Facultad De Medicina*, 81(2). <https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>

Domínguez, B. (2021). *La gestión de comunicación de crisis en los medios durante la COVID-19* [Trabajo de Fin de Grado]. Universidad Pontificia. <http://hdl.handle.net/11531/46849>

Facione, P. (2015). Pensamiento Crítico: ¿Qué es y por qué es importante? *Insight assessment*, 22, 23-56. <https://n9.cl/6bc5f>

Fernández-Barrero, A. (2014). La expansión del rumor en los medios digitales. In Universidad, investigación y periodismo digital (pp. 19-35). *Asociación de Periodistas de Aragón*. <https://n9.cl/ebixy>

García-Saisó, S., Marti, M., Brooks, I., Curioso, W. H., González, D., Malek, V.(2021). Infodemia en tiempos de COVID-19. *Rev Panam Salud Publica*; 45, jun. 2021. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/54453>

Goebbels, J. (1943). *Totaler Krieg*, Berlín, Alemania: Brittanica.

Herrera Damas, Susana. (2020). Magallón Rosa, R. (2019). Unfaking news. Cómo combatir la desinformación. *Revista de Comunicación*, 19(2), 321-322. <https://dx.doi.org/10.26441/rc19.2-2020-r2>

King, G., Keohane, R. O., y Verba, S. (1994). *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*. Princeton university press. <https://n9.cl/eu6s7>

Koziner, N., Aruguete, N. y Zunino, E. (2020). Pandemia, medios y riesgo. En R. Browne y C. del Valle (Eds.), *La comunicación en tiempos de pandemia* (págs. 83–88). Ediciones Universidad de la Frontera.

Lim, C. (2018). Checking how fact-checkers check. *Research & Politics*, 5(3), <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>

Llorente, P.(2020). La desinformación en tiempos de pandemia: análisis de los bulos sobre la covid-19 y su percepción por parte de la ciudadanía [Trabajo Final de Grado]. Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10201/96442>

Loftus E. F. (2005). Planting misinformation in the human mind: a 30-year investigation of the malleability of memory. *Learning & memory (Cold Spring Harbor, N.Y.)*, 12(4), 361–366. <https://doi.org/10.1101/lm.9470>

Mínguez Vindel, T. (2020). Fake News en tiempos de Covid-19. Análisis de las herramientas Maldito Bulo y Newtral durante el estado de alarma en España [Trabajo Final de Grado]. Universitat Politècnica de València. <http://hdl.handle.net/10251/149706>

Monteagudo, M. (2020). La infección de la COVID-19 en la prensa española. Estudio de caso de las portadas de los periódicos de tirada nacional [Trabajo Fin de Grado] Universidad de Zaragoza. <https://n9.cl/10yyh>

Rojas Caja, F. (2020). El fact checking. Las agencias de verificación de noticias en España. *bie3: Boletín IEEE*, (18), 1492-1505. <https://n9.cl/6v6x4>

Salas Abad, C. (2019). La primera 'fake news' de la historia. *Historia y comunicación social*, 24(2), 411. <https://n9.cl/jqkeu>

Salaverría, R., 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. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Sanahuja, R. (2022). Respuestas ante la pandemia de desinformación sobre la COVID-19: evolución y tendencias de las plataformas de verificación españolas en 2020. *Investigacions transversals i integradores en Ciències Humanes i Socials*, 47. <https://n9.cl/s7zyd>

Sánchez-Duarte, J. M., y Magallón Rosa, R. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *Revista española de comunicación en salud*, 31-41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>

Ufarte-Ruiz, M. J., Peralta-García, L., y Murcia-Verdú, F.J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 733-741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>

Uscinski, J. E., y Butler, R. W. (2013). The epistemology of fact checking. *Critical Review*, 25(2), 162-180. <https://doi.org/10.1080/08913811.2013.843872>

Vinhas, O., & Bastos, M. (2022). Fact-Checking Misinformation: Eight Notes on Consensus Reality. *Journalism Studies*, 23(4), 448-468. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2031259>

6.2. WEBGRAFÍA

About Corporation Wiki. (s. f.). Corporation Wiki. <https://n9.cl/0oz9j>

About us. (s. f.). ZenMate VPN - Internet Security and Privacy VPN Service. <https://n9.cl/r8g5o>

Adair, Bill. (21 de febrero de 2011). Principles of PolitiFact and the Truth-O-Meter. *PolitiFact*. <https://n9.cl/odz6k>

Adhanom , T. (15 de febrero de 2020). *Conferencia de Seguridad de Múnich*. Organización Mundial de la Salud. <https://n9.cl/ke9ea>

Carrasquilla, M. (8 de marzo de 2017). Metodología de un TFG. Scribbr. <https://n9.cl/1fttd>

Cebrián, J. L. (18 de octubre de 2004). El periodismo en los tiempos del cólera. *El País*. <https://n9.cl/kgI8n>

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2020). *Barómetro especial de abril 2020*. <https://n9.cl/d1ukr>

Cooper, M., Broder, J., LaFreniere, S., Opper, R., Perez- Pena, R., y Preston, J. (2012). "A Closer Look at Some of the More Hotly Disputed Assertions." *New York Times*, 17 October. <https://n9.cl/efn8o>

Diez, A. y Casqueiro, J. (9 de abril de 2020). Sánchez logra el apoyo del Congreso y convoca a un acuerdo nacional del que recela la oposición. *El País*. <https://cutt.ly/fyTKiJx>

Google Lens - Busca lo que ves. (s. f.). Google Lens. <https://n9.cl/jihc13>

Graves, L. (2018). Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://n9.cl/q4ob8>

Kessler, G. (2 de marzo de 2012). Will the Keystone XL Pipeline Lower Gasoline Prices? *Washington Post*. <https://n9.cl/0miiz>

Kessler, G. (4 de noviembre de 2012). The biggest Pinocchios of Election 2012. *The Washington Post*. <https://n9.cl/q63hwl>

La sexta. (8 de julio de 2017). Ana Pastor en la cumbre del periodismo fact-checking: 'Hace mucha falta que verifiquemos para que la gente cuando comparta la noticia pueda saber si es cierta o es falsa'. *La Sexta*. <https://goo.gl/uCGUAn>

Newman, N., Levy, D., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., y Nielsen, R. K. (2017). Reuters institute digital news report 2014. *Report of the Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://n9.cl/xi69t>

Organización Mundial de la Salud (s.f.). La red de información sobre epidemias de la Organización Mundial de la Salud. <https://n9.cl/x5w4g>

Popsters (26 de abril de 2022). *Analytics and Statistics for Any Telegram Channel or Chat*. <https://n9.cl/4zmfww>

Posetti, J. y Bontcheva, K. (2020). DESINFODEMIA: Descifrando la desinformación sobre el COVID-19. <https://n9.cl/bu9wa>

¿Quiénes somos? (s. f.). Oficina de Seguridad del Internauta. <https://n9.cl/azbwc>

Twitter. (2018). *Retweet FAQs*. <https://n9.cl/klggx>

UNESCO (29 de abril de 2020). Fake news durante el covid-19, ¿cómo identificarlos y abordarlos pedagógicamente? (Webinar). <https://n9.cl/6snv6>

Wahl-Jorgensen, K. (14 de febrero de 2020). Coronavirus: how media coverage of epidemic often stokes fear and panic. *The conversation*. <https://n9.cl/jvhg3>

Wardle, C., Nielsen, R., Mantzarlis, A. y Jiménez, C. (12 de marzo de 2018). Cuatro puntos clave del informe sobre desinformación del Grupo de expertos de la Comisión Europea. *El diario*. <https://n9.cl/lowfh>