

## INVESTIGACIÓN SOBRE DESINFORMACIÓN EN ESPAÑA. ANÁLISIS DE TENDENCIAS TEMÁTICAS A PARTIR DE UNA REVISIÓN SISTEMATIZADA DE LA LITERATURA

### *Research on disinformation in Spain. Analysis of thematic trends through a systematic literature review*

Dr. David GARCÍA-MARÍN

Profesor Ayudante Doctor en la Universidad Rey Juan Carlos (España)

E-mail: [david.garciam@urjc.es](mailto:david.garciam@urjc.es)

 <https://orcid.org/0000-0002-4575-1911>

Dra. Guiomar SALVAT MARTINREY

Profesora Contratada Doctora en la Universidad Rey Juan Carlos (España)

E-mail: [guiomar.salvat@urjc.es](mailto:guiomar.salvat@urjc.es)

 <https://orcid.org/0000-0001-6402-259X>

Fecha de recepción del artículo: 19/07/2021

Fecha de aceptación definitiva: 05/10/2021

#### RESUMEN

El fenómeno de la desinformación constituye uno de los grandes desafíos que la investigación en comunicación ha abordado en el último lustro, por lo que resulta necesario establecer un primer estado de la cuestión sobre la respuesta de la academia española hacia esta problemática. A tal fin responde este trabajo, que analiza la investigación sobre desinformación publicada en las revistas científicas españolas desde 2016. El objetivo es descubrir las tendencias en cuanto a los temas abordados y construir una cartografía general de estos objetos de estudio. Se llevó a cabo una revisión sistematizada de la literatura bajo un enfoque mixto que integra un análisis cualitativo-interpretativo y un estudio estadístico descriptivo e inferencial. Aunque la dispersión temática es la nota dominante, se observa una clara tendencia hacia la búsqueda de soluciones para afrontar esta problemática, especialmente desde el campo periodístico, con el análisis del *fact-checking* como actor principal. Asimismo, existe un elevado interés hacia la dimensión discursiva del fenómeno y el estudio de sus posibles causas; frente a otras temáticas centrales para comprender el problema, como los patrones de propagación del contenido falso y los sesgos que operan en su recepción, que cuentan con escasa presencia en el contexto español.

**Palabras clave:** Desinformación; *Fake news*; Metainvestigación; *Fact-checking*; Revisión sistematizada; Posverdad

#### ABSTRACT

Disinformation is one of the great challenges that communication research has addressed in the last five years. It is therefore necessary to establish a first state of the art on the

response of Spanish researchers to this problem. This paper aims to discover the most frequent objetos of study related to disinformation published in Spanish journals, in the period 2016-2021. It is also intended to elaborate a general cartography of these topics. A systematic literature review was conducted through a Mixed Method Research Design integrating qualitative analysis and descriptive and inferential statistics. Although a significant thematic dispersion is observed, there is a tendency towards the study of the solutions to address this problem, especially from the journalistic field, taking fact-checking as a relevant actor. Likewise, this study detects a high interest in the discursive dimension of the phenomenon and the analysis of its possible causes; as opposed to other fundamental topics to understand the problem, such as the spread of false content online and the biases operating in its reception.

**Key words:** Disinformation; Fake news; Metaresearch; Fact-checking; Systematic literature review; Post-truth

## 1. Introducción y estado de la cuestión

La desinformación no constituye un fenómeno exclusivo de nuestro tiempo, aunque en los últimos cinco años haya acaparado gran parte de la atención investigadora a nivel internacional. En general, se considera que el año 2016 marca el punto de partida del interés hacia los procesos desinformativos con sus características y condicionantes actuales (McIntyre, 2018). La llegada al poder de Donald Trump, el referéndum del *brexit* y el plebiscito sobre el proceso de paz en Colombia son eventos –todos acaecidos en 2016– que habitualmente se vinculan con poderosas campañas de manipulación donde la desinformación adoptó un papel decisivo. Desde entonces, se ha multiplicado el esfuerzo investigador con el fin de conocer las causas, las características y los posibles abordajes para combatir esta problemática.

Los primeros textos publicados se enfocaron en enmarcar y definir correctamente el fenómeno a partir de la delimitación conceptual de sus términos clave. Surgió, por tanto, la necesidad de analizar las dimensiones retóricas, políticas, materiales e ideológicas del actual clima de posverdad (Carrera, 2018); caracterizado por la abundancia de información que circula en los circuitos digitales a gran velocidad, y por una creciente falta de confianza hacia las instituciones políticas, económicas y mediáticas que se habían consolidado durante la segunda mitad del siglo XX. Estos factores se suman a lo que podríamos denominar como «paradoja liberal», una situación donde las democracias liberales, por su propia naturaleza, se muestran tolerantes con todo tipo de opiniones, aunque éstas sean marcadamente violentas con el resto de las visiones y tengan como objetivo contaminar la esfera pública y destruir la convivencia (Turner, 2003).

En general, el concepto de posverdad –elegida palabra del año por el diccionario *Oxford* en 2016– se vincula con aquellos relatos y situaciones donde el aspecto emocional prevalece sobre la razón y los hechos empíricamente demostrados. Existen, sin embargo, otras miradas que lo relacionan con la explotación de medias verdades o con el enmarcado de la realidad desde postulados falsos que penetran en el imaginario colectivo para hacer más creíble la información maliciosa (Muroló, 2019). Aunque el término empezó a popularizarse a partir de 2016, las prácticas de manipulación basadas en la posverdad han sido instrumentalizadas en diferentes épocas a lo largo de la historia (Pérez-Ruiz y Aguilar-Gutiérrez, 2019), sobre todo en los periodos bélicos

o de elevada conflictividad política, económica y social, como la crisis financiera de 2008 o la derivada de la Covid-19.

En clara conexión con la idea de posverdad, emerge el concepto de *fake news*, en general entendido como aquellos contenidos falsos que adoptan una apariencia verídica y simulan ser noticias legítimas que, en realidad, han sido creadas con la intención de engañar para favorecer determinados intereses políticos, económicos o ideológicos (Guo y Vargo, 2018). En este sentido, el adjetivo *fake* «evidencia que algo no es real, pero busca imitar o copiar algo que sí lo es» (Rodríguez-Fernández, 2021, p. 47).

No obstante, la construcción de las *fake news* como objeto de estudio no ha logrado aún elevadas cuotas de consenso. En primer lugar, no debemos olvidar que su llegada a los medios de comunicación fue celebrada como una aportación saludable a la encorsetada forma de presentar la realidad que proveían los medios tradicionales, sobre todo la televisión. A comienzos de la década de los 2000, los espacios televisivos de contenido satírico, que se nutrían de noticias inventadas, exageradas e inexactas como abordaje de la información, aportaron una dimensión crítica muy necesaria para el conocimiento de la realidad (McClennen, 2020), especialmente en el contexto anglosajón: «Este tipo de contenidos constituía la forma más interesante de estar informado y activar nuestras habilidades y pensamiento crítico. En los años posteriores al 11 de septiembre, las *fake news* satíricas nos ayudaron a darle sentido al mundo» (McClennen, 2020, p. 316).

Otro de los principales elementos de debate sobre la conceptualización de las *fake news* es la finalidad de su producción. Frente a visiones más amplias, autores como Hunt (2016) o Silverman (2017) consideran que este tipo de noticias constituyen artefactos instrumentalizados exclusivamente para la obtención de rendimientos económicos o para impulsar el tráfico online hacia determinadas páginas web con el fin de optimizar el beneficio publicitario. Esta línea conceptual hereda una visión economicista del fenómeno, presente en la academia desde hace varias décadas. En este sentido, Dishman y Nitse (1999) analizaron en profundidad las ventajas a corto plazo del diseño de campañas de desinformación aplicadas a la comunicación empresarial. En este ámbito, las *fake news* podrían ayudar a la creación de una imagen positiva para las compañías, el incremento de las ventas o la generación de incertidumbre y confusión entre los competidores. En el contexto actual, las ventajas a corto plazo de este tipo de campañas «estarían centradas fundamentalmente en ganar seguidores en las redes sociales de la empresa y mejorar su posicionamiento digital» (Rodríguez-Fernández, 2021, p. 121).

Alrededor del fenómeno de la desinformación, ha emergido otro tipo de contenido malicioso que contribuye a enmarañar el ya de por sí complejo ecosistema informativo: las *junk news*. Menos estudiadas que las *fake news*, se trata de informaciones que, sin ser necesariamente falsas, tienen como objetivo perseguir una agenda ideológica o política determinada. Su proliferación produce la saturación de la esfera social, el empobrecimiento del debate público y una creciente polarización. De acuerdo con Liotsiou, Kollanyi y Howard (2019), los creadores de *junk news* no siguen patrones periodísticos profesionales, utilizan un lenguaje emocional y exagerado, explotan los titulares sensacionalistas (*clickbait*), ofrecen informaciones extremadamente sesgadas y partidistas, imitan la identidad y el estilo de fuentes reconocibles para otorgar credibilidad a sus relatos y, muy habitualmente, se nutren de teorías conspirativas.

Precisamente, las teorías conspirativas instrumentalizan en gran medida las oportunidades discursivas que ofrecen los contenidos desinformativos. Los relatos conspiranoicos utilizan la falsedad en la elaboración de sus tres elementos esenciales: el conspirador, el plan oculto (los hechos conspirativos) y los medios para lograr una manipulación masiva (Elías, 2021). Más habituales, sin embargo, han sido los estudios sobre negacionismo científico, impulsados a partir de la crisis de la Covid-19. Antes, otros asuntos ya habían sido el foco de potentes *lobbies* negacionistas, como el cambio climático o el impacto del tabaco sobre la salud. Las estrategias que utilizan estos discursos son el cuestionamiento del consenso científico asumido bajo evidencias empíricas (Elsasser y Dunlap, 2013), la exageración de las limitaciones y posibles incertezas de los trabajos científicos (Freudenburg y Muselli, 2013), la crítica feroz hacia los centros de investigación y sus procesos de validación (Harvey *et al.*, 2018) y el desarrollo de campañas orquestadas online para promover la pseudociencia (Elgesem, Steskal y Diakopoulos, 2015).

A pesar de su elevada complejidad, desde la academia se han producido intentos de describir cómo se diseñan estas campañas de desinformación en un ecosistema mediático como el actual, que combina la acción de medios analógicos con espacios digitales cada vez más relevantes en la dieta informativa de las audiencias. Badillo (2019) afirma que las operaciones desinformativas se nutren de noticias inventadas o imprecisas emitidas por agentes con identidades falsas o directamente *bots* automatizados, que también pueden propagar noticias reales para favorecer determinados marcos informativos. Estos actores interactúan con los usuarios en las redes sociales y, a la vez, crean blogs o medios alternativos online que contribuyen a difundir la información maliciosa. El contenido de estas cuentas en redes sociales y falsos diarios digitales es, en ocasiones, publicado por medios y comunicadores profesionales afines a la ideología de los creadores de la desinformación, impulsando así su difusión.

El último desafío derivado del actual clima de desinformación son las *deepfakes* (o ultrafalsos), producciones mediáticas en formato audiovisual o exclusivamente sonoro que muestran a una persona realizando acciones o expresando discursos que jamás llevó a cabo (Schick, 2020). El desarrollo de los sistemas de inteligencia artificial hace cada vez más sencilla la realización de este tipo de vídeos y audios maliciosos. Si bien el primer instrumento para crear este tipo de producciones se empleó sobre un audio, la aplicación de los modelos de inteligencia artificial al tratamiento gráfico supuso un salto cualitativo de gran calado (Gómez-de-Ágreda, Feijóo y Salazar-García, 2021). En el caso de los vídeos, las *deepfakes* se ejecutan mediante el intercambio de rostros o a través de la sincronización labial, a fin de hacer creer que la persona que aparece en el vídeo pronunció un discurso que, dada su espectacularidad o carácter morboso, es fácilmente prepagable en los circuitos digitales.

En este contexto, la academia ha centrado parte de su ímpetu investigador en la exploración de las posibles soluciones que han de implementarse para contrarrestar la acción de estas operaciones desinformativas. Desde el campo de la comunicación, han sido prolijos los esfuerzos por determinar cuál debe ser el papel de las instituciones periodísticas para afrontar este desafío y, en este sentido, gran parte de los estudios realizados a nivel internacional se han enfocado en el análisis del periodismo de verificación (*fact-checking*) como instrumento indispensable. Aunque la labor de verificación siempre ha existido en la práctica periodística, el *fact-checking* propone una comprobación de los hechos a posteriori, tras la publicación de informaciones de

terceros; a diferencia de la práctica tradicional de la verificación, centrada en el contenido propio antes de su difusión. La emergencia de este tipo de periodismo consolida el ampliamente documentado giro analítico adoptado por las instituciones periodísticas desde la segunda mitad del siglo XX (Luengo y García-Marín, 2020). Una de las principales causas de la adopción de este enfoque fue la incorporación a la práctica periodística de metodologías de investigación más sofisticadas procedentes de las ciencias sociales, así como el incremento de los recursos disponibles (documentos, bibliografía especializada, etc.) para desarrollar proyectos de periodismo de investigación. La consecuencia fue el incremento del número de reportajes en profundidad y con perspectivas críticas hacia el poder, que comenzaron a satisfacer las necesidades de un público cada vez más alfabetizado. Los primeros proyectos de verificación de hechos nacieron en Estados Unidos a partir de iniciativas civiles como Snopes, fundada en 1995 como la primera web especializada exclusivamente en *fact-checking*. Desde entonces, esta práctica periodística se ha expandido a nivel internacional, como demuestra la existencia de extensas redes como la International Fact-Checking Network (IFCN), cuyos 70 miembros activos conforman el mayor proyecto internacional de verificación de la actualidad.

A pesar de la elevada atención de la academia hacia la desinformación, aún no han proliferado las revisiones de la literatura sistematizadas sobre este fenómeno. Las escasas aproximaciones que se han desarrollado hasta la fecha consisten en revisiones no sistemáticas (Jankowski, 2018; Tandoc, 2019), y trabajos sistematizados muy específicos sobre *fake news* (Ha, Andreu-Pérez y Ray, 2019) y *fact-checking* (Nieminen y Rapeli, 2019). En el contexto español, la meta investigación sobre desinformación es prácticamente inexistente, excepción hecha de los trabajos de (1) Blanco-Alfonso, García-Galera y Tejedor-Calvo (2019); centrado en la autoría, los objetos de estudio y los aspectos metodológicos de la investigación sobre desinformación a nivel internacional; (2) Marco-Cuenca, Salvador-Oliván y Arquero-Avilés (2019), que estudia las retractaciones de las publicaciones biomédicas en España; y (3) Betancourt, Campillo y Mieres (2021), quienes estudiaron las investigaciones publicadas sobre YouTube como fuente de información en salud. Resulta, por ello, necesario conocer en profundidad cuál ha sido la respuesta de la academia española a la emergencia de un fenómeno tan complejo, poliédrico y multidimensional como es la desinformación. Tal aproximación debe desarrollarse no solo desde perspectivas cuantitativas, sino también mediante la articulación de miradas interpretativas que expongan una completa cartografía de las aportaciones y hallazgos producidos y publicados en el ámbito nacional, a fin de comprender en profundidad cómo está siendo la reacción de la investigación española ante las implicaciones de este desafío.

## 2. Objetivos y método

Este trabajo pretende analizar la producción científica sobre desinformación publicada en España. En concreto, se centra en la agenda temática de las investigaciones, a fin de proveer un mapa de tendencias que recoja las perspectivas y aspectos más prevalentes y, ulteriormente, descubrir los objetos de estudio menos abordados. Nuestro ánimo no fue solo la mera cuantificación estadística de los diferentes enfoques temáticos –como es habitual en este tipo de trabajos de revisión–, sino también su

análisis desde una mirada cualitativa e interpretativa a fin de (1) identificar los temas y subtemas de la producción científica del campo y (2) construir una completa clasificación que integre la diversidad temática atendida desde la academia, con el fin de establecer el estado de la cuestión en el contexto español.

Para ello, se llevó a cabo una revisión sistematizada de la literatura con una doble aproximación cualitativa y cuantitativa. Si bien el análisis cualitativo-interpretativo constituye la dimensión esencial del trabajo, se incorpora un tratamiento estadístico de tipo descriptivo e inferencial para completar el conocimiento sobre nuestro objeto de estudio. Ambas dimensiones (cualitativa y cuantitativa) fueron articuladas mediante suplementación, estrategia metodológica presente en aquellos trabajos donde los resultados procedentes de uno de los instrumentos –o perspectivas– de investigación tienen mayor relevancia en la consecución de los objetivos que los datos derivados del resto de técnicas utilizadas (Callejo y Viedma, 2005). La información extraída del análisis cualitativo constituye el núcleo central del trabajo, mientras que los resultados estadísticos –de menor peso en nuestro estudio– completan el acercamiento a la realidad analizada.

El trabajo de campo se dividió en dos fases:

– Primera fase. Consistió en la recuperación de los artículos que formarían parte de la muestra. Se decidió incluir todos los trabajos sobre desinformación revisados por pares publicados en el periodo 2016-2021 por todas las revistas científicas españolas del área de comunicación indexadas en las bases de datos Scopus y Dialnet Métricas (anexo 1). La tabla 1 recoge la justificación de la elección de estos criterios de inclusión. De la base de datos Scopus fueron recuperados un total de 87 trabajos, mientras que 175 fueron extraídos de Dialnet Métricas. Tras la revisión de este primer *corpus* de 262 textos, se procedió a la eliminación de los documentos duplicados (n=86). La muestra final quedó fijada en 176 manuscritos.

Tabla 1. Criterios de inclusión de los artículos que componen la muestra

Criterio de inclusión	Justificación
Marco temporal: (01/01/2016-31/05/2021)	Aunque el periodo establecido no resulta excesivamente amplio, la producción científica sobre desinformación ha sido lo suficientemente vigorosa en España en el último lustro como para proponer un estado de la cuestión que aporte luz sobre dónde se encuentra y en qué términos se produce la atención académica en este contexto.
Bases de datos: revistas españolas indexadas en Scopus y Dialnet Métricas	Ambas bases de datos recogen todas las revistas científicas españolas sobre comunicación. Además, ambos repositorios son complementarios, ya que numerosas revistas figuran solo en uno de ellos.
Área de conocimiento: comunicación	En línea con Blanco-Alfonso, García-Galera y Tejedor-Calvo (2019): «la comunicación constituye el ámbito de las Ciencias Sociales donde existe más preocupación sobre este fenómeno» (p. 466). Si bien la desinformación es un objeto de estudio multidimensional, lo cierto es que su análisis se realiza preferentemente desde el campo de la comunicación. Aunque nuestro estudio no agota toda la producción científica publicada en España –ni por los investigadores españoles– consideramos que ofrece una perspectiva suficientemente amplia y, en todo caso, exhaustiva en el marco de la investigación comunicativa, referencial en el análisis del problema.



Criterio de inclusión	Justificación
Indexación de las revistas: cualquier cuartil	Se pretende ofrecer una panorámica lo más amplia posible del estudio sobre la desinformación y, por ello, se integran todas las revistas del área, independientemente de su cuartil.
Tipo de artículos: todos (empíricos, ensayísticos, etc.)	Por el mismo motivo que justifica el criterio anterior, se incluyen los artículos de todo tipo, también aquellos que no tienen carácter empírico.
Tema: cualquier aspecto vinculado con la desinformación	Si el objetivo de este estudio consiste en analizar la agenda temática de estos trabajos, ningún aspecto debe quedar excluido a priori.
Evaluación de los artículos: trabajos revisados por pares	La evaluación por pares asegura que los trabajos publicados se han sometido a un control de calidad implementado desde el ámbito académico.

Fuente: elaboración propia

– Segunda fase. Una vez diseñada la muestra, se elaboró una ficha de registro para proceder al vaciado de la información. Se incluyeron las siguientes variables: (1) el año de publicación, (2) la autoría, (3) la temática abordada, (4) los diferentes subtemas tratados en los trabajos (no definidos a priori, dada la complejidad y amplitud del fenómeno analizado), y (5) los principales hallazgos o aportaciones del trabajo. Para establecer las categorías analíticas de la variable 3 (el objeto de estudio de los artículos), se realizó una primera exploración de tipo inductivo, combinada con una revisión en profundidad de la literatura científica. Tras estas exploraciones, se decidió incorporar un total de 12 categorías temáticas para esta variable: (1) causas de la desinformación, (2) consecuencias / impacto, (3) definición de términos clave, (4) propagación de la desinformación, (5) sesgos en la recepción, (6) soluciones, (7) producción y/o estrategias de creación de contenidos desinformativos, (8) percepciones hacia la desinformación, (9) *deepfakes*, (10) clasificación de la desinformación, (11) historia de la desinformación, y (12) temática general. En el anexo 2, se describen en detalle cada una de estas categorías. La ficha de registro con toda la información analizada se encuentra disponible en el siguiente enlace: <https://cutt.ly/qn7LlTr>.

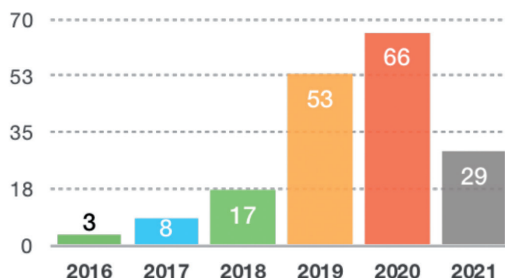
El análisis interpretativo de los textos fue complementado por un estudio estadístico descriptivo e inferencial. En primer lugar, se ejecutaron pruebas de normalidad mediante test de Kolgomorov-Smirnov con corrección de significación de Lilliefors a fin de decidir la aplicación de análisis paramétricos o no paramétricos para determinar la presencia de diferencias significativas en las frecuencias de aparición tanto de los temas como de los subtemas detectados en cada categoría temática. Al no observarse distribuciones normales en ninguna de las categorías, la existencia de tales diferencias se comprobó mediante procedimientos no paramétricos (pruebas de chi-cuadrado). Todas estas operaciones se ejecutaron con el paquete estadístico SPSS v.26.

### 3. Resultados

El volumen de trabajos sobre desinformación en España ha aumentado progresivamente desde 2016 (n=3), hasta alcanzar la cifra de 66 estudios publicados en 2020 (gráfico 1). El mayor crecimiento se produjo en 2019, año en el que vieron la luz un total de 53 artículos (fueron 17 en 2018). El marcado descenso de publicaciones en 2021 se debe al periodo temporal establecido para nuestro estudio, cuya fecha

límite de recogida de artículos fue el 31 de mayo (no se computó, por tanto, el año completo).

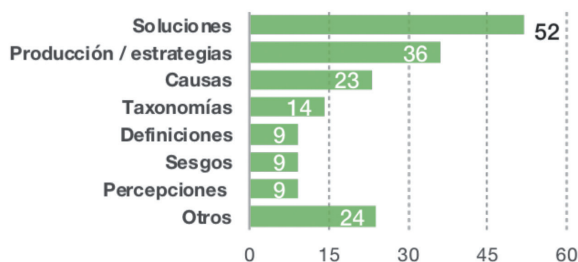
Gráfico 1. Número de trabajos publicados en el periodo 2016-2021 (n=176)



Fuente: elaboración propia

Las soluciones para abordar el desafío de la desinformación constituyen el objeto de estudio predominante (n=52; 29,54%) (gráfico 2), seguido de los trabajos sobre la producción y/o estrategias de los contenidos desinformativos (n=36; 20,45%). Como tercera temática más frecuente se sitúan los artículos que exploran los factores causantes de la desinformación (n=23; 13,06%). Aparecen en cuarto lugar los que presentan taxonomías sobre los desórdenes informativos en contextos específicos (n=14; 7,95%). Estas cuatro temáticas dominantes acumulan el 71,02% de los trabajos publicados. El resto aparece en un porcentaje muy inferior, sin superar la decena de investigaciones, aunque destacan los trabajos sobre (1) los sesgos que operan en la recepción de las noticias falsas, (2) los análisis sobre las percepciones de la ciudadanía hacia la desinformación y (3) las aproximaciones teóricas relacionadas con conceptos clave, con 9 trabajos (5,11%) en todos los casos. Las pruebas de chi-cuadrado determinan la existencia de diferencias muy significativas en el volumen de trabajos publicados en función de su objeto de estudio [ $\chi^2(11, N = 176) = 171.86, p = 0.000$ ].

Gráfico 2. Número de trabajos publicados por cada objeto de estudio (n=176)



Fuente: elaboración propia

Dada su prevalencia, analizaremos exclusivamente las aportaciones sobre las cuatro temáticas más frecuentes (causas, estrategias de producción, taxonomías y soluciones). Las principales aportaciones y hallazgos relativos al resto de objetos de estudio



se recogen en el anexo 3. En la exposición de los resultados, seguiremos un orden lógico-narrativo, comenzando por los factores causantes de la desinformación para, acto seguido, abordar los aspectos descriptivos del fenómeno (estrategias y taxonomías) a fin de concluir con las soluciones. Nótese que este orden no responde al peso que cada temática tiene en la producción científica, donde las soluciones constituyen el objeto de estudio con mayor número de trabajos.

### 3.1. Factores causantes de la desinformación

Las causas de este fenómeno con mayor presencia en las revistas españolas especializadas en comunicación son (1) las tecnologías digitales, que favorecen la creación y propagación de los contenidos desinformativos a gran velocidad, (2) la pérdida de credibilidad del periodismo y (3) las malas praxis de los medios de comunicación de referencia. Como se observa en la tabla 2, existen diferencias significativas en el número de trabajos que abordan cada uno de los subtemas que componen las causas de este fenómeno [ $\chi^2(4, N = 23) = 11.13, p = 0.025$ ].

Tabla 2. Pruebas de chi-cuadrado para las cuatro categorías temáticas más frecuentes

Tema	n	gl	Estadístico $\chi^2$	p valor
Clasificación de la desinformación	14	8	14,286	0,075
Causas	23	4	11,130	0,025*
Producción	36	14	24,000	0,046*
Soluciones	52	10	66,038	0,000**

\* Se producen diferencias significativas cuando  $p < 0,05$

\*\* Se producen diferencias muy significativas cuando  $p < 0,01$

Fuente: elaboración propia

De los 23 trabajos centrados en las causas de la desinformación, un total de 10 (43,47%) tratan de explicar la repercusión de los entornos virtuales, en especial las redes digitales, en la proliferación de informaciones de dudosa veracidad (tabla 3). La facilidad de creación de noticias falsas (Nigro, 2018) y la posibilidad de manipular digitalmente materiales verídicos para favorecer determinadas agendas o producir discursos de odio son aspectos esenciales que explican las dificultades de la ciudadanía para discernir entre los contenidos veraces y la información falsa en las redes sociales, haciendo que los usuarios estén más expuestos a los contenidos maliciosos (Revuelta, 2019). En este sentido, para Del-Fresno-García (2019), «los desórdenes informativos están interrelacionados entre sí y dependen, de forma necesaria, de la tecnología post Internet, lo que ha modificado la naturaleza misma de la comunicación interpersonal colectiva» (p. 1). La propia arquitectura sobre la que se asienta la Web impulsa esta situación, al constituirse como un espacio de desinformación estructural (Civila, Castillo-Abdul y Romero-Rodríguez, 2021) que favorece la propagación de la información falsa o sesgada frente a los contenidos veraces y de calidad. En la misma línea, otros autores defienden que «la información incorrecta y las correcciones posteriores

se difunden de manera desigual en una red altamente politizada, en la que diferentes grupos de usuarios están expuestos a diferente información» (Orbegozo-Terradillos, Morales-i-Gras y Larrondo-Ureta, 2020, p. 55). En este contexto, los nuevos desarrollos de inteligencia artificial se ponen al servicio de las estrategias desinformativas, permitiendo la creación de manipulaciones masivas y posibilitando contenidos falsos que pueden ser personalizados con eficacia.

Tabla 3. Subtemas vinculados a los cuatro objetos de estudios predominantes

Causas (n=23)		Clasificación de la desinformación (n=14)	
Tecnologías digitales	10 (43,47%)	Covid-19	6 (42,85%)
Pérdida de credibilidad del periodismo	6 (26,08%)	Feminismo	1 (7,14%)
Malas praxis periodísticas	4 (17,39%)	Desinformación sobre instituciones y organizaciones	1 (7,14%)
Pérdida de credibilidad de instituciones y expertos	2 (8,69%)	Elecciones Brasil 2018	1 (7,14%)
Lenguaje político	1 (4,34%)	Huelga 21-N (2019) en Colombia	1 (7,14%)
<b>Producción de contenidos falsos y estrategias desinformativas (n=36)</b>		Elecciones Parlamento Europeo 2019	1 (7,14%)
Conflicto independentista en Cataluña	6 (16,66%)	Desinformación en medios tradicionales	1 (7,14%)
Desinformación en medios tradicionales	6 (16,66%)	Inmigración	1 (7,14%)
Contenidos pseudocientíficos	6 (16,66%)	Instrumento de fiabilidad de sitios web	1 (7,14%)
Desinformación rusa	4 (11,11%)	<b>Soluciones (n=52)</b>	
Donald Trump	2 (5,55%)	<i>Fact-checking</i>	20 (38,46%)
Influencers	2 (5,55%)	Educación	9 (17,30%)
Web hipertpartisanas	2 (5,55%)	Soluciones tecnológicas	5 (9,61%)
Antifeminismo	1 (2,77%)	Papel del periodismo	4 (7,69%)
Desinformación económica	1 (2,77%)	Recuperación de los valores clásicos del periodismo	4 (7,69%)
Transparencia en los medios	1 (2,77%)	Estrategias de comunicación	3 (5,76%)
Covid-19	1 (2,77%)	Medidas adoptadas por las plataformas digitales	2 (3,84%)
Extrema derecha	1 (2,77%)	Papel de las bibliotecas	2 (3,84%)
Desinformación sobre videojuegos	1 (2,77%)	Políticas específicas contra la desinformación	1 (1,92%)
Caricaturas y desinformación	1 (2,77%)	Regulación de la información	1 (1,92%)
General	1 (2,77%)	Retracciones de las revistas científicas	1 (1,92%)

Fuente: elaboración propia.

En paralelo, se ha producido un desgaste de las entidades periodísticas como instituciones vinculadas a la verdad y a la búsqueda del interés general, si bien «el modelo de periodismo informativo y riguroso supone casi una anomalía histórica, puesto que los intereses ideológicos y comerciales han tendido a imponer sus criterios en las prácticas periodísticas imperantes» (Mayoral, Parratt y Morata, 2019, p. 395). Una decena de artículos se centran en las dificultades del periodismo para mantener una posición de honestidad y veracidad ante la sociedad. De ellos, 6 analizan la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación tradicionales. En el contexto actual, la atención informativa de las audiencias y la generación de opinión pública se establece también en espacios digitales situados al margen de la prensa, la radio y la televisión, que asumieron un papel referencial en la representación de la realidad durante el siglo XX. Esto explicaría fenómenos como la llegada al poder de Donald Trump en 2016, con prácticamente todo el *establishment* mediático estadounidense en su contra (Elías, 2018). No obstante, esta pérdida de credibilidad de los periodistas no se habría producido de igual modo en todos los países, ya que la percepción sobre la veracidad de la información procedente de los medios de masas estaría condicionada por el ecosistema mediático propio de cada país y su contexto histórico (Lima-Quintanilha, Torres-da-Silva y Lapa, 2019).

Por último, otros autores sitúan el foco de sus análisis en un paulatino descrédito de las instituciones políticas y las fuentes expertas (Elías, 2020) y en la adopción generalizada de unas estrategias de comunicación protagonizadas por «un lenguaje político falaz, que favorece la producción del bulo en la red y requiere la efectividad del sistema de *fact-checking* de agencias internacionales y medios de comunicación para combatir lo falso» (Pérez-Curiel y Velasco-Molpeceres, 2020, p. 86).

### 3.2. Contenidos falsos y estrategias desinformativas

La producción de contenidos falsos y las estrategias desinformativas vinculadas con (1) la crisis independentista en Cataluña (n=6; 16,66%), (2) la información pseudocientífica (n=6; 16,66%), (3) la acción de los medios tradicionales (n=6; 16,66%) y (4) las campañas rusas de desinformación (n=4; 11,11%) son los objetos de estudio más frecuentes dentro de esta categoría temática. Al igual que en los estudios sobre las causas, se detectan diferencias muy relevantes en los subtemas abordados [ $\chi^2(14, N = 36) = 24.00, p = 0.046$ ].

Las técnicas de propaganda de los bandos en conflicto en la crisis independentista catalana han sido estudiadas en varios trabajos, que fundamentalmente atienden a los contenidos falsos propagados a través de las redes sociales y otros espacios virtuales (Aparici, García-Marín y Rincón-Manzano, 2019). Otros textos, como el de López-Olano y Fenoll (2020), analizan la desinformación en la cobertura de este conflicto por parte de los medios tradicionales.

Por otro lado, la generación de contenidos de tipo pseudocientífico ha sido analizada por, entre otros, Galán-Fajardo y Gil-Vázquez (2020), quienes indagaron en los recursos retóricos utilizados en los contenidos audiovisuales protagonizados por figuras conocidas que divulgan informaciones no contrastadas sobre salud, alimentación y bienestar. En general, los trabajos de este tipo han demostrado que el discurso pseudocientífico suele utilizar un lenguaje simple, emocional y directo para otorgar verosimilitud a informaciones que no han sido validadas por la comunidad científica.

También son relevantes los textos sobre la producción de informaciones falsas o engañosas por parte de las instituciones periodísticas tradicionales, más allá de

los procesos desinformativos que se despliegan en las redes sociales. De-Vicente-Domínguez (2019) estudió las deficiencias presentes en las coberturas de información medioambiental, caracterizadas por un elevado uso de fuentes oficiales procedentes del ámbito político frente a una menor utilización de voces expertas independientes. Otros estudios se centran en el análisis de la utilización de titulares engañosos y sensacionalistas (*clickbait*) por parte de estos medios de referencia con el fin de generar tráfico en sus espacios virtuales, así como en el nivel de cumplimiento de los códigos éticos nacionales e internacionales que rigen la labor informativa de los medios (Ramón-Vegas, 2017).

Por último, las campañas de desinformación rusa y las injerencias de esta nación en la política de terceros países (sobre todo, Reino Unido, Ucrania y Estados Unidos) también han sido estudiadas en el contexto español (Cushman y Avramov, 2021). Colom-Piella (2020) afirma que estas estrategias ya estaban presentes a partir del estallido de la Revolución Rusa, fueron empleadas durante la Guerra Fría y han sido posteriormente adaptadas con efectividad al actual ecosistema digital.

### 3.3. Taxonomías de los desórdenes informativos

Los trabajos que proponen taxonomías de la información falsa asociada a una temática o contexto concreto suelen ser estudios muy estandarizados enfocados en el análisis de contenido cuantitativo o mixto de los formatos de la desinformación (texto, vídeo, fotografía, audio), los tipos de desórdenes informativos (contenido completamente inventado, sesgado, falsos contextos, etc.), las plataformas o medios donde circulan, y los relatos que portan tales contenidos maliciosos. Estos textos abordan una amplia variedad de objetos de estudio: (1) feminismo (Herrero-Diz, Pérez-Escolar y Plaza-Sánchez, 2021), (2) comunicación organizacional (Rodríguez-Fernández, 2019), (3) procesos electorales (Canavilhas, Colussi y Moura, 2019), (4) inmigración (Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2019), (5) movimientos y protestas sociales (Rodríguez-Pérez, 2021) y (6) información procedente de los medios profesionales. Sin embargo, la crisis derivada de la Covid-19 ha sido el asunto que mayor número de investigaciones de este tipo ha generado. Pertenecen a esta categoría los textos de, entre otros, Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa (2020); Román-San-Miguel, Sánchez-Gey-Valenzuela y Elías-Zambrano (2020) y Salaverría *et al.* (2020).

A diferencia de las dos temáticas anteriores, no se observan diferencias significativas en las frecuencias de aparición de los objetos de estudio presentes en los trabajos que proponen taxonomías de la desinformación [ $\chi^2(8, N = 314) = 14.28, p = 0.075$ ].

### 3.4. Soluciones

Como señalamos anteriormente, las posibles soluciones para combatir el fenómeno de la desinformación constituyen el objeto de estudio más prominente. Dentro de esta categoría temática, encontramos trabajos centrados en (1) el papel del periodismo, (2) la educación informacional de las audiencias, (3) la aplicación de soluciones tecnológicas (automatizadas y algorítmicas) para la detección de fuentes o contenidos falsos, y (4) las medidas implementadas por las plataformas digitales.

Los estudios sobre las instituciones periodísticas como actores clave en la adopción de medidas contra este desafío (n=28) alcanzan el 53,48% de los artículos de esta categoría temática. Los más frecuentes son los textos sobre *fact-checking*, práctica

periodística desarrollada en España a partir de 2014 «basada en la verificación o comprobación de datos con herramientas actuales, con la informática y las tecnologías como elementos básicos en el marco de actuación» (Vázquez-Herrero, Vizoso y López-García, 2019, p. 3). Los trabajos sobre esta actividad se han enfocado en (1) la caracterización de este tipo de proyectos, (2) el análisis de sus prácticas y (3) sus debilidades y posibilidades de mejora.

En España, la mayor parte de estas iniciativas se caracteriza por su naturaleza estrictamente periodística, si bien algunas de estas entidades tienen carácter independiente (Vizoso y Vázquez-Herrero, 2019). Suelen contar con un amplio volumen de seguidores en las redes sociales, sus plantillas están constituidas por profesionales procedentes de diferentes campos como la comunicación, la ingeniería informática y las ciencias políticas, y su modelo de negocio presenta notables diferencias con respecto al periodismo tradicional. Existe un debate abierto sobre la rentabilidad de estos proyectos en términos económicos, dado que todavía «está por determinar su viabilidad y cuáles de ellos serán sostenibles por las audiencias y los ingresos a medio plazo» (Ufarte-Ruiz y Murcia-Verdú, 2018, p. 511).

Desde el lado de las prácticas concretas vinculadas con esta actividad, Mazaira-Castro, Rúas-Araújo y Puentes-Rivera (2019) abordaron el papel del periodismo de verificación en los debates televisados en las elecciones generales de 2015 y 2016 en España. Otros estudios se han centrado en los protocolos de ejecución de su trabajo y el uso de las tecnologías digitales en la relación con sus audiencias (Palomo y Sedano-Amundarain, 2021). El desarrollo del *fact-checking* en los últimos años presenta una cierta estandarización en los procesos y los temas abordados. En este sentido, trabajos como el de García-Vivero y López-García (2021) han demostrado la existencia de similitudes en los contenidos y los métodos de estas entidades, con una tendencia generalizada hacia el análisis de la desinformación de carácter político que circula en los medios digitales y las redes sociales.

Finalmente, otras investigaciones han explorado las principales dificultades y vías de mejora de esta práctica periodística. Pérez-Curiel y Velasco-Molpeceres (2020) subrayan que las estrategias de *fact-checking* podrían impulsar más la viralización de los contenidos falsos que sus propias verificaciones. García-Marín (2021) apunta la dificultad de determinar el momento más efectivo para emitir las verificaciones, ya que, si se publican demasiado pronto, el propio chequeo puede favorecer la difusión del contenido falso; mientras que Noain-Sánchez (2019) alude a un posible problema de transparencia en el quehacer de estas entidades. Se concluye, por tanto, que hay espacio para que el periodismo de verificación se consolide como un actor esencial para el desarrollo de sociedades plenamente democráticas, aunque aún se requiere una mayor conciencia sobre su importancia y efectividad por parte de los ciudadanos y los agentes públicos (Seibt, 2020).

Al margen del *fact-checking*, otros estudios defienden la urgencia de reforzar los valores clásicos del periodismo a fin de incrementar la confianza del público en los medios de comunicación como instituciones basadas en la verdad (Ruiz-Rico, 2020), garantes de una información contrastada y de calidad, que debería ser prioritaria para cubrir las necesidades informativas de los ciudadanos. La idea central de esta hipótesis radica en que, si las instituciones periodísticas de referencia pierden credibilidad, la ciudadanía buscará vías alternativas de información (fundamentalmente, en las redes sociales y los servicios de mensajería instantánea) que no ofrecen unas garantías mínimas de veracidad. A diferencia de otros enfoques basados en la adopción de límites

y estándares periodísticos que diferencian los contenidos de calidad de aquellos de veracidad dudosa (Luengo y García-Marín, 2020), los trabajos publicados en las revistas especializadas españolas se centran en el refuerzo de los principios éticos del periodismo (Rodríguez-Borges, 2020) y, sobre todo, en la necesidad de realizar un uso apropiado y riguroso de las fuentes informativas (Marcos-Recio, 2017). El papel del periodismo se complementaría con una necesaria labor de curación de contenidos a través de un ejercicio responsable de filtrado de la información veraz (Aleixandre-Benavent, Castelló-Cogollos y Valderrama-Zurián, 2020) que potencie el papel de los periodistas en el establecimiento de la agenda informativa bajo principios basados en el interés general.

Además del papel del periodismo, destacan los trabajos que abordan la formación de la ciudadanía como un factor clave para la contención de los efectos de la desinformación. Un total de 9 textos (el 17,30% de los dedicados a las soluciones) estudian la implementación de proyectos de educación mediática y digital para equipar a la población con el conocimiento suficiente a fin de identificar y combatir las *fake news* (López-Borrull, Vives-Gràcia y Badell, 2018). Estos trabajos adoptan una triple vertiente: (1) estudios enfocados en el desarrollo de la actitud crítica hacia los contenidos que la ciudadanía recibe diariamente de forma masiva (Caldevilla-Domínguez y García-García, 2020), (2) artículos sobre la aplicación de estrategias de gamificación para impulsar la educación informativa y periodística de las audiencias (García-Ortega y García-Avilés, 2021) y (3) estudios sobre proyectos educativos de periodismo de verificación y detección de fuentes y contenidos maliciosos (Núñez-Mussa, 2020). Gran parte de estas aproximaciones educativas se fundamentan en la metáfora de la vacunación al colocar a los usuarios en la posición de los creadores de desinformación, a fin de familiarizarse con sus técnicas y métodos (García-Marín, 2021).

Menos prominentes han sido los análisis sobre las soluciones que las tecnologías digitales pueden ofrecer en la lucha contra este fenómeno (n=5; 9,61%). En este sentido, Flores-Vivar (2019) estudia el uso de *bots* para minimizar el impacto de los contenidos falsos en los entornos digitales. Asimismo, y de forma más concreta, se ha analizado la influencia de la inteligencia artificial en la lucha contra el discurso de odio (Wilson y Jibrin, 2019). Si las redes sociales son consideradas como factor esencial para entender el estallido de la desinformación, también este tipo de plataformas han sido estudiadas –aunque en menor intensidad– como parte de la solución. En este sentido, Pulido-Polo, Hernández-Santaolalla y Lozano-González (2021) defienden que plataformas de *social media* como Twitter «permiten aplicar un modelo de comunicación institucional online, de fácil transferencia al contexto internacional, que sugiere una estrategia de relaciones públicas sustentada en la transparencia informativa y el goteo informativo constante» (p. 1).

Sin embargo, el papel que podrían desempeñar las plataformas digitales en la contención de los contenidos maliciosos no ha recibido amplia atención desde la comunidad científica española (n=2; 3,84%). Los escasos trabajos publicados se centran en la idoneidad del etiquetado de los mensajes desinformativos en las redes sociales (Bustos-Díaz y Ruiz-del-Olmo, 2020), y las reticencias de estas compañías para implementar este tipo de medidas. En este sentido, «las plataformas tecnológicas están colaborando en algunos de estos esfuerzos, pero se resisten a hacer que los reguladores interfieran con su modelo de negocio» (Breiner, 2021, p. 39).



La acción de las bibliotecas como agentes educadores y curadores de contenido, las estrategias de comunicación a adoptar por las instituciones políticas y científicas para luchar contra los relatos desinformativos (con atención preferente hacia los discursos populistas), las políticas europeas contra la desinformación, y la posibilidad de aplicar marcos legislativos para regular la producción y distribución de información en los circuitos digitales constituyen el resto de temáticas presentes en los estudios enfocados en las soluciones (anexo 4).

En último término, las pruebas de chi-cuadrado también observan diferencias muy relevantes en el número de trabajos que abordan los diferentes subtemas dentro de esta categoría temática (soluciones) [ $\chi^2(10, N = 52) = 66.03, p = 0.000$ ].

Finalmente, la tabla 4 recoge la clasificación de los principales temas y subtemas investigados en los trabajos sobre desinformación en el contexto español, expuestos en este apartado de resultados. La clasificación completa, que no se expone aquí por motivos de espacio, puede consultarse en: <https://cutt.ly/GESE1Ux>.

Tabla 4. Clasificación temática de los trabajos sobre desinformación en España (2016-2021)

<b>1. Causas</b>	<b>5. Consecuencias / impacto</b>
1.1. Tecnologías digitales	5.1. Covid-19
1.2. Relativas a los medios tradicionales	5.2. Sobre la población juvenil
<b>2. Producción / estrategias</b>	5.3. Sobre el periodismo ciudadano
2.1. Crisis independentista en Cataluña	<b>6. Sesgos en la recepción</b>
2.2. Contenido pseudocientífico	6.1. Relacionados con la edad
2.3. Contenido de los medios tradicionales	6.2. Relacionados con el vínculo social
<b>3. Taxonomías</b>	6.3. Relacionados con el nivel educativo
3.1. Covid-19	<b>7. Propagación del contenido falso</b>
3.2. Feminismo	<b>8. Percepciones</b>
3.3. Comunicación organizacional	8.1. Estudiantes universitarios
3.4. Procesos electorales	8.2. Profesionales de la comunicación
3.5. Inmigración	<b>9. Deepfakes</b>
3.6. Movimientos y protestas sociales	9.1. Taxonomía
3.7. Actividad de los medios profesionales	9.2. Sesgos de género
<b>4. Soluciones</b>	<b>10. Construcciones conceptuales</b>
4.1. Papel del periodismo ( <i>fact-checking</i> )	10.1. Posverdad
4.2. Educación informacional de la ciudadanía	10.2. Rumor
4.3. Aplicación de tecnologías digitales	<b>11. Historia de la desinformación</b>
4.4. Plataformas digitales	<b>12. Temática general</b>
4.5. Estrategias eficientes de comunicación	
4.6. Papel de las bibliotecas	
4.7. Políticas europeas	
4.8. Regulación de la información en la Red	

Fuente: elaboración propia



#### 4. Discusión y conclusiones

Aunque un marco de apenas seis años puede resultar un tanto limitado para el análisis de la producción científica sobre cualquier objeto de estudio, consideramos que el fenómeno de la desinformación es en estos momentos lo suficientemente vibrante en la investigación comunicativa española como para revisar la respuesta de la comunidad académica nacional hacia este asunto. Esta relevancia se manifiesta en la elevada cantidad de monográficos sobre desinformación convocados por las revistas españolas en los últimos años, así como por la importancia de los proyectos de investigación que han recibido financiación para profundizar en esta problemática. Destacan programas internacionales, como el «Observatorio de medios digitales y desinformación en España y Portugal» (Iberifier) o la «Cátedra Jean Monnet EUDFAKE: EU, disinformation and fake news», a los que habría que sumar el empuje de diversos proyectos nacionales que desde hace varios años investigan la desinformación desde diferentes ámbitos (la ingeniería informática, la educación o la filosofía, entre otros) en combinación con la comunicación. Estos factores han facilitado que la desinformación haya recibido una progresiva atención en la academia española desde 2016, año de eclosión del fenómeno en su caracterización actual. Sin embargo, no fue hasta 2019 cuando la publicación de trabajos científicos creció de forma exponencial.

Hasta la fecha, el volumen de artículos centrados en las soluciones ha sido significativamente más elevado que los estudios sobre el resto de las líneas temáticas. Resulta llamativo este (quizá excesivo) foco situado en las maneras de afrontar un desafío que posiblemente aún no se comprende en toda su complejidad y que continúa añadiendo nuevos aspectos problemáticos, como la eclosión de las *deepfakes* y la reciente aparición de movimientos de oposición a las entidades de verificación a través de las redes sociales (EU Disinfo LAB, 2021), que conviene conocer con mayor profusión.

El análisis de la producción y estrategias de los contenidos falsos constituye el segundo objeto de estudio dominante. Se aprecia, por tanto, un gran interés por la dimensión discursiva del fenómeno en detrimento de otras perspectivas, aspecto que confirma los resultados de trabajos anteriores como el de Martínez-Nicolás (2020). Por el contrario, no abundan las aportaciones sobre el impacto de los procesos desinformativos. Resultarían muy valiosas aportaciones sobre las consecuencias reales de la desinformación en la esfera social, así como en el actual ecosistema mediático (Salvat, 2021). Asimismo, son muy poco frecuentes los análisis sobre cómo se produce la propagación del contenido falso en los entornos digitales, ausencia que puede deberse a la aún escasa adopción en la investigación comunicativa española de instrumentos específicos para el análisis de redes, que cuentan con una elevada presencia en otros contextos como el anglosajón y en otras áreas como las ciencias computacionales.

Se detecta una elevada dispersión de los objetos de estudio (tanto en temas como en subtemas), a pesar de que la desinformación constituye un fenómeno relativamente novedoso en su configuración actual. Sin embargo, se observan tendencias muy marcadas en cada uno de los grandes temas analizados, confirmadas por las pruebas estadísticas efectuadas. En el caso de las soluciones, se aprecia una elevada atención hacia el papel que las entidades periodísticas deben asumir para afrontar este desafío. Esta centralidad del ámbito periodístico confirma las aportaciones de Blanco-Alfonso, García-Galera y Tejedor-Calvo (2019, p. 467), quienes abogan por una superación del «escenario de los medios de comunicación social y del periodismo para introducir

otras facetas donde serían de gran valor estudios relacionados con las *fake news*. Este interés de la academia se establece, sobre todo, en los *fact-checkers*, entidades de reciente creación cuyo análisis resulta ciertamente accesible dada la facilidad para encontrar información sobre tales proyectos en la Web, así como la disponibilidad de los resultados de su trabajo (los contenidos verificados). Esta facilidad de acceso a los datos ha podido determinar el elevado número de artículos sobre este objeto de estudio (Martínez-Nicolás, Saperas y Carrasco-Campos, 2019).

En el caso de los factores desencadenantes de los procesos desinformativos, existe un predominio del análisis de las tecnologías digitales como principal causa del fenómeno. El conflicto independentista en Cataluña, los contenidos pseudocientíficos (especialmente aquellos relacionados con la Covid-19) y la desinformación publicada (nuevamente) por los medios tradicionales constituyen las principales tendencias en la investigación de las estrategias y la producción de contenidos falsos.

Por último, a pesar de esta diversidad temática, se detectan ciertas dimensiones que aún no han sido lo suficientemente exploradas: (1) la profundización en los sesgos psicológicos e ideológicos que condicionan la percepción de credibilidad de los contenidos falsos, (2) las implicaciones jurídicas derivadas de la regulación de la información en los entornos virtuales, (3) el papel de las plataformas en la contención de la desinformación, (4) los nuevos formatos desinformativos, tales como las *deepfakes* o las notas de audio que circulan en los servicios de mensajería instantánea, (5) los contenidos falsos (y su necesaria verificación) en contextos locales, y (6) el papel de tecnologías emergentes como el *blockchain* para combatirlos (Tapscott y Tapscott, 2016). Se sugiere, por tanto, la incorporación de estos aspectos en la agenda temática española sobre desinformación a fin de lograr un conocimiento más amplio y profundo sobre este complejo fenómeno.

## 5. Apoyos

Este trabajo está apoyado por la Cátedra Jean Monnet EUDFAKE: EU, disinformation and fake news (Call 2019 – 610538-EPP1-2019-1-ES-EPPJMO-CHAIR) financiada por el programa Erasmus+ de la Comisión Europea y el proyecto «Racionalidad y contraconocimiento. Epistemología de la detección de falsedades en relatos informativos» (RTI2018-097709-B-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España.

## 6. Referencias

- 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), e290408. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
- 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*, 28(3), e280313. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.13>
- Badillo, A. (14 de mayo de 2019). *La sociedad de la desinformación: propaganda, fake news y la nueva geopolítica de la información*. Real Instituto Elcano. Recuperado de <https://cutt.ly/qmLQsEL>

- Betancourt, A., Campillo, N., y Mieres, C. (2021). Información sobre la salud: una revisión de la literatura existente sobre YouTube como fuente de información sanitaria. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, pp. 1-18. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e207>
- Blanco-Alfonso, I., García-Galera, C. y Tejedor-Calvo, S. (2019). El impacto de las *fake news* en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y comunicación social*, 24(2), pp. 449-469. <https://dx.doi.org/10.5209/hics.66290>
- Breiner, J. (2021). The press struggles for credibility in the face of info-toxification: new strategies emerge to counter decentralized hoaxes. *Comunicación y hombre*, 17, pp. 39-51. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.655.39-51>
- Bustos-Díaz, J. y Ruiz-del-Olmo, F.J. (2020). Communicating in times of crisis on social networks. Strategies for verification and information intermediation in the cases of Facebook, Instagram and Twitter during COVID-19. *Hipertext.net*, 21, pp. 115-125. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.10>
- Caldevilla-Domínguez, D. y García-García, E. (2020). Profesionales y posverdad: La responsabilidad colectiva como arma contra la falacia digitalizada. *aDResearch*, 21(21), pp. 70-83. <https://doi.org/10.7263/adresic-021-04>
- Callejo, J. y Viedma, A. (2005). *Proyectos y estrategias de investigación social: la perspectiva de la intervención*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Canavilhas, J., Colussi, J. y Moura, Z.B. (2019). Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en *WhatsApp*. *El profesional de la información*, 28(5), e280503. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.03>
- Carrera, Pilar (2018). Estratagemas de la posverdad. *Revista latina de comunicación social*, 73, pp. 1469-1481. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1317>
- Civila, S., Castillo-Abdul, B. y Romero-Rodríguez, L.M. (2021). El «efecto ventrilocuo» en las agencias internacionales de noticias. Revisión teórica e incidencia en las nuevas formas de desinformación. *Vivat Academia*, 154, pp. 25-46. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1302>
- Colom-Piella, G. (2020). Anatomía de la desinformación rusa. *Historia y Comunicación Social*, 25(2), pp. 473-480. <https://doi.org/10.5209/hics.63373>
- Cushman, E. y Avramov, K. (2021). Eurosodom: aspectos específicos de la sexualidad armada y las narrativas basadas en el género en la desinformación rusa y prorrusa contemporánea. *Revista Icono 14*, 19(1), pp. 123-154. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i1.1626>
- De-Vicente-Domínguez, A.M. (2019). Disfunciones informativas en la divulgación científica de las crisis ambientales acontecidas en España. *Ambitos. Revista internacional de comunicación*, 45, pp. 107-120. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.07>
- Del-Fresno-García, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información*, 28(3), e280302. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Dishman, P. y Nitse, P. (1999). Disinformation usage in corporate communications: Ciérs beware. *Competitive Intelligence Review*, 10(4), pp. 20-29. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6386\(199934\)10:4<20::AID-CIR5>3.0.CO;2-L](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6386(199934)10:4<20::AID-CIR5>3.0.CO;2-L)
- Elgesem D., Steskal L. y Diakopoulos N. (2015). Structure and content of the discourse on climate change in the blogosphere: The big picture. *Environmental Communication*, 9, pp. 169-188. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.983536>
- Elías, C. (2018). Fake news, poder y periodismo en la era de la posverdad y hechos alternativos. *Ambitos. Revista Internacional de Comunicación*, 40, pp. 19-24. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.04>
- Elías, C. (2020). Expertos/as científicos/as y comunicación gubernamental en la era de las fake news: Análisis de la estrategia informativa del Covid-19 en España. *Revista Prisma Social*, 31, pp. 6-39. Recuperado de <https://revistaprismasocial.es/article/view/3945/4537>

- Elías, C. (2021). El periodismo como herramienta contra las fake news. En Elías, C. y Teira, D. (Eds.), *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news* (pp. 19-57). Madrid, España: UNED.
- Elsasser S.W. y Dunlap R.E. (2013). Leading voices in the denier choir: Conservative columnists' dismissal of global warming and denigration of climate science. *American Behavioral Scientist*, 5, pp. 754-776. <https://doi.org/10.1177/0002764212469800>
- EU Disinfo LAB (15 de julio de 2021). *Antagonising fact-checkers: the misappropriation of fact-checking to polarise the Spanish informational landscape*. Recuperado de <https://cutt.ly/UmXgrjJl>
- Flores-Vivar, J.M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 29, pp. 197-212. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>
- Freudenburg W.R. y Muselli V. (2013). Reexamining climate change debates: ¿Scientific disagreement or scientific certainty argumentation methods (SCAMS)? *American Behavioral Scientist*, 57, pp. 777-795. <https://doi.org/10.1177/0002764212458274>
- Galán-Fajardo, H. y Gil-Vázquez, A. (2020). Pseudociencia en Netflix: análisis de The goop lab with Gwyneth Paltrow (Netflix, 2020). *Revista Prisma Social*, 31, pp. 155-188. Recuperado de <https://revistaprismasocial.es/article/view/3895/4543>
- García-Marín, D. (2021). Las fake news y los periodistas de la generación z. Soluciones post-millennial contra la desinformación. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, pp. 37-63. <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324>
- García-Ortega, A. y García-Avilés, J.A. (2021). Uso del diseño lúdico para combatir la desinformación. *Revista Icono 14*, 19(1), pp. 179-204. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i1.1598>
- García-Vivero, G. y López, X. (2021). La verificación de datos en Europa. Análisis de 5 iniciativas europeas: Maldita.es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs, BBC Reality Check. *AdComunica*, 21, pp. 235-264. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.12>
- Gómez-de-Ágreda, A., Feijóo, C. y Salazar-García, I.A. (2021). Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. *Deep fakes e inteligencia artificial. Profesional de la información*, 30(2), e300216. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.16>
- Guo, L. y Vargo, C. (2018). «Fake news» and emerging online media ecosystem: an integrated intermedia agenda-setting analysis of the 2016 U.S. Presidential Election. *Communication Research*, 47(2), pp. 1-23. <http://dx.doi.org/10.1177/0093650218777177>
- Ha, L., Andreu-Pérez, L. y Ray, R. (2019). Mapping recent development in scholarship on fake news and misinformation, 2008 to 2017: Disciplinary contribution, topics, and impact. *American behavioral scientist*, 65(2), pp. 290-315. <https://doi.org/10.1177/0002764219869402>
- Harvey, J.A., Van den Berg, D., Ellers, J., Kampen, R., Crowther, T.W., Roessingh, P., Verheggen, B., Nuijten, R., Post, E., Lewandowsky, S., Stirling, I., Balgopal, M., Amstrup, S.C. & Mann, M.E. (2018). Internet Blogs, Polar Bears, and Climate-Change Denial by Proxy. *BioScience*, 68(4), pp. 281-287. <https://doi.org/10.1093/biosci/bix133>
- Herrero-Diz, P., Pérez-Escobar, M. y Plaza-Sánchez, J.F. (2020). Desinformación de género: análisis de los bulos de Maldito Feminismo. *Revista Icono 14*, 18(2), pp. 188-216. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1509>
- Hunt, E. (17 de diciembre de 2016). *What is fake news? How to spot it and what you can do to stop it*. The Guardian. Recuperado de <https://bit.ly/3nVNcKu>
- Jankowski, N. (2018). Researching fake news: A selective examination of empirical studies. *Javnost-The Public*, 25(1-2), pp. 248-255. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418964>
- Lima-Quintanilha, T., Torres-da-Silva, M. y Lapa, Tiago (2019). Fake news and its impact on trust in the news. Using the Portuguese case to establish lines of differentiation. *Communication & Society*, 32(3), pp. 17-33. <https://doi.org/10.15581/003.32.3.17-32>
- Liotsiu, D., Kollanyi, B. y Howard, P. (17 de abril de 2019). The junk news aggregator: examining junk news posted on Facebook, starting with the 2018 US Midterm Elections. *Arxiv*. Recuperado de <https://arxiv.org/pdf/1901.07920.pdf>

- López-Borrull, A. Vives-Gràcia, J. y Badell, J.I. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *El profesional de la información*, 27(6), pp. 1346-1356. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- López-Olano, C. y Fenoll, Vicente (2020). La polarización mediática en el proceso de independencia en Cataluña. Estudio comparativo del tratamiento en RT. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(1), pp. 261-272. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.22>.
- Luengo, M. y García-Marín, D. (2020). The performance of truth: politicians, fact-checking journalism, and the struggle to tackle COVID-19 misinformation. *American Journal of Cultural Sociology*, 8(3), pp. 405-427. <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00115-w>
- Marco-Cuenca, G., Salvador-Oliván, J.A. y Arquero-Avilés, R. (2019). Ética en la publicación científica biomédica. Revisión de las publicaciones retractadas en España. *El profesional de la información*, 28(2), e280222. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.22>
- Marcos-Recio, J.C. (2017). Verify to improve information in the media with documentary sources. *Hipertext.net*, 15, pp. 36-45. <http://dx.doi.org/10.2436/20.8050.01.44>
- Martínez-Nicolás, M. (2020). La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, pp. 383-414. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1432>
- Martínez-Nicolás, M., Saperas E. y Carrasco-Campos, A. (2019). La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, 42, pp. 37-69. <https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>
- Mayoral, J., Parratt, S. y Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), pp. 395-409. <https://doi.org/10.5209/hics.66267>
- Mazaira-Castro, A., Rúas-Araújo, J. y Puentes-Rivera, I. (2019). Fact-checking en los debates electorales televisados de las elecciones generales de 2015 y 2016. *Revista latina de comunicación social*, 74, pp. 748-766. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1355>
- McClennen, S. (2020). All fake news is not equal. En Zimdars, M. y McLeod, K. (Ed.), *Fake news. Understanding media and misinformation in the digital age* (pp. 315-322). Londres, Reino Unido: MIT Press.
- Molina-Cañabate, J.P. y Magallón-Rosa, R. (2019). Procedimientos para verificar y desmontar informaciones falsas basadas en el discurso del odio. El caso de Maldita migración. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6(12), pp. 95-122. <https://doi.org/10.24137/raeic.6.12.5>
- Murolo, L. (2019). La posverdad es mentira. Un aporte conceptual sobre fake news y periodismo. En: Aparici, R. y García-Marín, D. (Coords.), *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política* (pp. 65-80). Barcelona, España: Gedisa.
- Nieminen, S. y Rapeli, L. (2019). Fighting misperceptions and doubting journalists' objectivity: A review of fact-checking literature. *Political Studies Review*, 17(3), pp. 296-309. <https://doi.org/10.1177/1478929918786852>
- Nigro, P. (2018). Causes for the loss of trust in the practices of the press and strategies for its restoration in a context of uncertainty. *Hipertext.net*, 17, pp. 54-63. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i17.05>
- Noain-Sánchez, A. (2019). Periodismo de confirmación vs. Desinformación: Verificado18 y las elecciones mexicanas de 2018. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, 1(43), pp. 95-114. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i43.05>
- Núñez-Mussa, Enrique (2020). Cómo verificar sin expertos y llegar a las grandes ligas. *Obra Digital*, 18, pp. 85-101. <https://doi.org/10.25029/od.2020.236.18>
- Orbegozo-Terradillos, J., Morales-i-Gras, J. y Larrondo-Ureta, A. (2020). Desinformación en redes sociales: ¿compartimentos estancos o espacios dialécticos? El caso Luther King, Quim



- Torra y El Confidencial. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), pp. 55-69. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.2>
- Palomo, B. y Sedano-Amundarain, J.A. (2018). WhatsApp como herramienta de verificación de fake news. El caso de B de Bulo. *Revista latina de comunicación social*, 73, pp. 1384-1397. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1312>
- Pérez-Curiel, C. y Velasco-Molpeceres, A.M. (2020). Tendencia y narrativas de fact-checking en Twitter. Códigos de verificación y fake news en los disturbios del Procés (14-O). *AdComunica*, 20, pp. 95-122. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>
- Pérez-Curiel, C. y Velasco-Molpeceres, A.M. (2020). Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios. *Revista latina de comunicación social*, 78, pp. 86-119. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1469>
- Pérez-Ruiz, A. y Aguilar-Gutiérrez, M. (2019). Propaganda, manipulación y uso emocional del lenguaje político. En: Aparici, R. y García-Marín, D. (Coords.), *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política* (pp. 97-114). Barcelona, España: Gedisa.
- Pulido-Polo, M., Hernández-Santaolalla, V. y Lozano-González, A.A. (2021). Uso institucional de Twitter para combatir la infodemia causada por la crisis sanitaria de la Covid-19. *Profesional de la Información*, 30(1), e300119. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.19>
- Ramon-Vegas, X. (2017). Rumours, responsibility and sports journalism ethics. The coverage of Ye Shiwen at the London 2012 Olympics in the British, American and Spanish quality press. *Periodística: revista académica*, 16, pp. 29-47. <https://doi.org/10.2436/20.3008.02.36>
- Revuelta, G. (2019). Comportamiento de la ciudadanía respecto a la información sobre salud: exposición, acceso y usos. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 10(1), pp. 9-20. <https://doi.org/10.20318/recs.2019.4448>
- Rodríguez-Borges, R.F. (2020). The value of values in 21st-century journalism: The ethical training of journalists in the post-truth era. *Anàlisi*, 62, pp. 7-17. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3277>
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1714-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Rodríguez-Fernández, L. (2021). *Propaganda digital. Comunicación en tiempos de desinformación*. Barcelona, España: UOC.
- Rodríguez-Pérez, C. (2021). Desinformación online y fact-checking en entornos de polarización social. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27(2), pp. 623-637. <https://doi.org/10.5209/esmp.68433>
- Román-San-Miguel, A., Sánchez-Gey-Valenzuela, N. y Elías-Zambrano, R. (2020). Las fake news durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española. *Revista latina de comunicación social*, 78, pp. 359-391. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1481>
- Ruiz-Rico, M. (2020). Truth as Literature: Ethics of Journalism and Reality in the Digital Society. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(1), pp. 307-315. <https://doi.org/10.5209/esmp.67309>
- Salaverría, R., Buslón, N.; López-Pan, F.; León, B.; López-Goñi, I., Erviti, M.C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Salvat, G. (2021). El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2(2), pp. 639-648. <https://doi.org/10.5209/esmp.71039>
- 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*, pp. 31-41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Seibt, T. (2020). Límites y posibilidades del fact-checking como práctica social para perfeccionar la democracia: el proyecto Truco Nos Estados en las elecciones brasileñas 2018. *Index*

- comunicación*, 10(2), pp. 115-141. Recuperado de <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/451/831>
- Schick, N. (2020). *Deep Fakes and the Infocalypse: What You Urgently Need to Know*. Londres, Reino Unido: Monoray.
- Silverman, C. (2017). *What do we mean when we say fake news?* The Fake Newsletter. Recuperado de: <https://bit.ly/39nh12v>
- Tandoc, E. (2019). The facts of fake news: A research review. *Sociology Compass*, 13(9), e12724. <https://doi.org/10.1111/soc4.12724>
- Tapscott, D. y Tapscott, A. (2016). *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World*. New York, EEUU: Random House. ISBN
- Turner, S.P. (2003). *Liberal Democracy 3.0*. Londres, Reino Unido: Sage Publications.
- Ufarte-Ruiz, M.J. y Murcia-Verdú, F.J. (2018). El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo. Estudio de caso de Miniver. *Miguel Hernández Communication Journal*, 9(2), pp. 511-534. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.267>
- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, A. y López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El profesional de la información*, 28(3), e280301. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vizoso, A. y Vázquez-Herrero, J. (2019). Fact-checking platforms in Spanish. Features, organisation and method. *Communication & Society*, 32(1), pp. 127-142. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.127-144>
- Wilson, J. y Jibrin, R. (2019). Mitigating hate speech in Nigeria: The possibilities of artificial intelligence. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 61, pp. 17-30. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3188>

## Anexo 1

Revistas incluidas en la muestra. Solo se incluyen los datos de indexación específicos del área de comunicación (a fecha de 31 de mayo de 2021).

Revista	Scopus-SCImago		Dialnet Métricas	
	Indicador de impacto	Cuartil	Indicador de impacto	Cuartil
Review of Communication Research	1,433	Q1	0,000	Q4
Comunicar	1,433	Q1	3,685	Q1
Profesional de la información	1,217	Q1	1,448	Q1
Revista Latina de Comunicación Social	0,537	Q2	1,030	Q1
Communication & Society	0,381	Q2	0,827	Q1
Estudios sobre el Mensaje Periodístico	0,252	Q3	0,330	Q2
Historia y Comunicación Social	0,242	Q3	0,390	Q1
Signa	0,232	Q3	0,172	Q3
Educuar	0,230	Q3		
Anàlisi	0,221	Q3	0,373	Q1
Icono 14	0,200	Q3	0,500	Q1
IC. Revista Científica de Información y Comunicación	0,187	Q3	0,200	Q3
Trípodos	0,154	Q3	0,526	Q1
Scire	0,149	Q3		



DAVID GARCÍA-MARÍN Y GUIOMAR SALVAT MARTINREY  
 INVESTIGACIÓN SOBRE DESINFORMACIÓN EN ESPAÑA. ANÁLISIS DE TENDENCIAS  
 TEMÁTICAS A PARTIR DE UNA REVISIÓN SISTEMATIZADA DE LA LITERATURA

Revista	Scopus-SCImago		Dialnet Métricas	
	Indicador de impacto	Cuartil	Indicador de impacto	Cuartil
Ibersid	0,148	Q3		
Cultura, Lenguaje y Representación	0,127	Q4		
Loquens	0,117	Q4		
Kamchatka	0,111	Q4		
Brumal	0,110	Q4		
Caracteres	0,101	Q4		
Gráfica	0,101	Q4		
Revista Mediterránea de Comunicación	Incluida (aún sin cuartil)		0,613	Q1
Hipertext.net			0,532	Q1
Prisma Social			0,476	Q1
Revista Internacional de Relaciones Públicas			0,373	Q1
Doxa Comunicación	Incluida (aún sin cuartil)		0,351	Q1
Zer. Revista de Estudios de Comunicación			0,342	Q1
Fonseca Journal of Communication	Incluida (aún sin cuartil)		0,333	Q1
Vivat Academia			0,329	Q2
Textual & Visual Media			0,323	Q2
CIC. Cuadernos de Información y Comunicación			0,297	Q2
Commons			0,297	Q2
Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación			0,283	Q2
adComunica			0,282	Q2
Index Comunicación			0,279	Q2
IDP. Revista de Internet, Derecho y Política			0,278	Q2
Comunicación y Hombre			0,270	Q2
BiD. Textos Universitarios de Biblioteconomía i Documentació			0,257	Q2
Revista Española de Comunicación en Salud			0,248	Q2
Teknokultura			0,241	Q2
Miguel Hernández Communication Journal			0,233	Q2
Dígitos			0,217	Q2
Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación			0,208	Q3
Documentación de Ciencias de la Información			0,194	Q3
Ámbitos			0,192	Q3
Communication Papers			0,185	Q3
Etic@net			0,180	Q3
aDResearch			0,164	Q3

DAVID GARCÍA-MARÍN Y GUIOMAR SALVAT MARTINREY  
 INVESTIGACIÓN SOBRE DESINFORMACIÓN EN ESPAÑA. ANÁLISIS DE TENDENCIAS  
 TEMÁTICAS A PARTIR DE UNA REVISIÓN SISTEMATIZADA DE LA LITERATURA

Revista	Scopus-SCImago		Dialnet Métricas	
	Indicador de impacto	Cuartil	Indicador de impacto	Cuartil
Fotocinema			0,164	Q3
Área Abierta			0,158	Q3
Mediaciones Sociales			0,158	Q3
Comunicació			0,156	Q3
Revista de Comunicación y Salud			0,148	Q3
Revista Internacional de Historia de la Comunicación			0,146	Q4
Obra Digital			0,141	Q4
L'Atalante			0,133	Q4
Questiones Publicitarias			0,125	Q4
Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo			0,114	Q4
Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación			0,110	Q4
Revista de la SEECI			0,110	Q4
Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales			0,059	Q4
Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias			0,049	Q4
Derecom			0,043	Q4
Revista de Estudios Institucionales			0,036	Q4
Comunicación y Pedagogía			0,031	Q4
Revista de Medicina y Cine			0,018	Q4
Eu-topías. Revista de Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos			0,008	Q4
Periodística			0,000	Q4

## Anexo 2

Descripción de las diferentes categorías temáticas.

Objeto de estudio	Descripción
Causas de la desinformación	Artículos enfocados en los factores que explican la eclosión del fenómeno de la desinformación en su dimensión actual.
Consecuencias / impacto	Trabajos que analizan el impacto de la creación y circulación de fake news o bulos, tanto a nivel general como en un contexto determinado o vinculados con un caso concreto (Covid-19, procesos electorales, crisis políticas, campañas de odio, etc.)
Definición de términos clave	Artículos (habitualmente de tipo teórico) que tratan de definir o aclarar conceptos clave relacionados con el fenómeno de la desinformación. Los más habituales suelen ser: posverdad, <i>fake news</i> , bulo o rumor.

Objeto de estudio	Descripción
Propagación de la desinformación	Textos que estudian los patrones de circulación y difusión de la desinformación, sobre todo en las redes sociales y, en general, los entornos virtuales.
Sesgos en la recepción	Estudios sobre los sesgos psicológicos, ideológicos, educativos y de otro tipo que influyen en la percepción de credibilidad de la desinformación.
Soluciones	Trabajos enfocados en las posibles formas de abordar el fenómeno de la desinformación para combatirlo y erradicarlo.
Producción y/o estrategias de creación de contenidos desinformativos	Artículos que estudian las formas narrativas y estrategias retóricas de la desinformación, tanto de tipo general como vinculada con casos concretos (Covid-19, procesos electorales, crisis políticas, campañas de odio, etc.).
Percepciones hacia la desinformación	Estudios sobre las opiniones y percepciones sobre la desinformación que tienen tanto la población general como determinados colectivos o actores clave en la lucha contra este fenómeno.
<i>Deepfakes</i>	Trabajos específicos sobre las <i>deepfakes</i> (caracterización, tipologías, etc.).
Clasificación de la desinformación	Textos que pretenden realizar taxonomías de los contenidos desinformativos (formatos, tipos de desórdenes informativos, plataformas donde circulan, cronología, países donde se difunden, narrativas, etc.), tanto a nivel general como vinculados con determinados casos y en contextos específicos.
Historia de la desinformación	Contribuciones que ofrecen una perspectiva historicista de la desinformación, atendiendo a sus precedentes, orígenes, desarrollo y evolución a lo largo del tiempo
Temática general	Trabajos que integran varios de los objetos de estudio anteriores y que ofrecen, por tanto, una perspectiva genérica sobre el problema de la desinformación.

### Anexo 3

Principales aportaciones de los estudios que han abordado otros objetos de estudio al margen de las causas, la producción, la clasificación de la desinformación y sus posibles soluciones.

Consecuencias / impacto de la desinformación	
Barrientos-Báez, Martínez-Sala, Altamirano y Caldevilla-Domínguez (2021)	Analiza el impacto de la desinformación en el contexto de la Covid-19. La infodemia generó perturbación, incertidumbre, alarmismo y miedo.
Gómez-Calderón, Córdoba-Cabús y Méndez-Nieto (2020)	El estudio concluye que los jóvenes se encuentran altamente expuestos a la influencia de las <i>fake news</i> .
Pérez-Dasilva, Meso-Ayerdi y Mendi-guren-Galdospín (2020)	La desinformación sobre la Covid-19 provocó la lentitud en la adopción de medidas eficaces contra la pandemia en Estados Unidos.
Salvat (2021)	Las noticias falsas reducen la confianza y la credibilidad del periodismo ciudadano produciendo un nuevo acercamiento a los medios tradicionales.

<b>Sesgos en la recepción de contenidos falsos</b>	
Sanz-Blasco y Carro-de-Francisco (2019)	Trabajo teórico que analiza los procesos psicológicos presentes en la recepción de las <i>fake news</i> .
Golob, Makarovi y Rek (2021)	La edad y la educación son variables significativas en las preferencias mediáticas de las audiencias.
Samuel-Azran y Hayat (2019)	El vínculo social entre el emisor y el receptor de las informaciones activa su percepción de credibilidad.
Paisana, Pinto-Martinho y Cardoso (2020)	Los sujetos con mayor formación confían más en la información, pero no cuando ésta procede de las redes sociales.
Llamero, Fenoll y Domingo (2019)	Se estudian cuáles son las características de la información que potencian su credibilidad.
Galarza-Molina (2021)	Se detectan correlaciones positivas entre la edad y la creencia en las noticias falsas. La probabilidad de dar credibilidad a las <i>fake news</i> disminuye conforme aumenta el nivel formativo.
Mazo-Salmerón (2016)	Los procesos psicológicos que facilitan la difusión de la desinformación deben ser profundamente estudiados para comprender mejor el fenómeno de las <i>fake news</i> .
<b>Propagación de los contenidos falsos</b>	
Villa-Gracia y Cerdán-Martínez (2020)	Se produjo una correlación entre el interés por las <i>fake news</i> sobre la Covid-19 y el aumento de fallecidos.
Vila-Márquez y Arce-García (2019)	Empleo de <i>big data</i> para el análisis de la difusión de la desinformación en Twitter.
Moreno-Castro, Corel-Doménech y Camaño-Puig (2019)	Se estudia la influencia del vínculo social como factor esencial en la propagación de las noticias falsas.
<b>Percepciones sobre el fenómeno de la desinformación</b>	
Sobral y Nina-de-Morais (2020)	Los estudiantes universitarios son conscientes de la problemática que constituye el desafío de la desinformación.
Martín-Herrera y Micaletto-Belda (2021)	Los estudiantes de comunicación conocen los procesos de detección de información falsa y tienden a no compartirla.
Rodríguez-Fernández (2019)	No existe consenso entre los profesionales de la comunicación sobre la aprobación de un marco legislativo para afrontar este desafío.
García-Marín (2021)	Los periodistas de la generación-z apuestan por soluciones que combinen las nuevas tecnologías con los valores clásicos del periodismo para combatir las <i>fake news</i> .
<b>Deepfakes</b>	
Gómez-de-Ágreda, Feijóo y Salazar-García (2021)	Se propone una nueva taxonomía para el estudio de la imagen como formato para la desinformación.
Cerdán-Martínez y Padilla-Castillo (2019)	Se demuestran los sesgos de género en el uso de las <i>deepfakes</i> como instrumento de vilipendio que afecta en mayor medida a las mujeres.
<b>Definiciones de conceptos clave</b>	
Ródenas (2020)	Conceptualización del término «posverdad».
Niño-González, Barquero-Cabrero y García-García (2017)	Precedentes y definición del término «posverdad».
Mazo-Salmerón (2019)	Estudios sobre el rumor.
Carrera (2018)	Dimensiones retórica, política, material e ideológica de la posverdad.

## Anexo 4

Otros estudios centrados en la soluciones contra la desinformación.

Tema	Artículo (autoría y año de publicación)
Estrategias de comunicación	Barquero-Cabero, Rodríguez-Terceño y González-Vallés (2018) Alcázar-García (2020) Martín-Herrera y Micaletto-Belda (2021)
Papel de las bibliotecas	Caridad-Sebastián, Morales-García, Martínez-Cardama y García-López (2018) Martínez-Cardama y Algora-Cancho (2019)
Políticas europeas contra la desinformación	Ramón-Reyero y Gil-Martín (2021)
Regulación de la información	Seijas (2020)