

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 19, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-85-3

Narrativas digitales contra la desinformación.

Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información (2023)

María Isabel Míguez-González; Alberto Dafonte-Gómez (coords.)

Separata

Capítulo 2

Título del Capítulo

«La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los *fact-checkers*»

Autoría

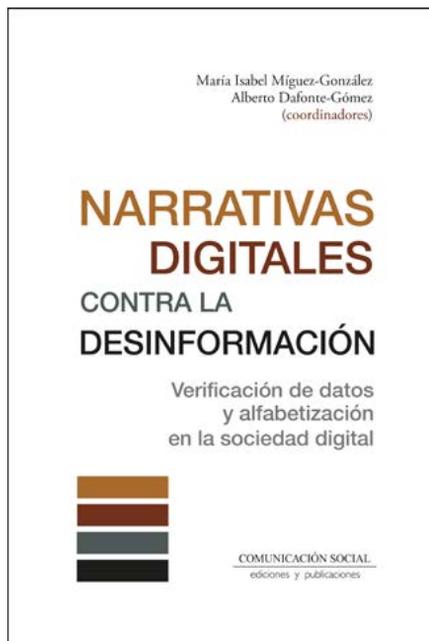
María Isabel Míguez-González

Cómo citar este Capítulo

Míguez-González, M.I. (2023): «La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los *fact-checkers*». En Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A. (coords.), *Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-85-3

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c2.emcs.19.p105>



El libro *Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El fenómeno de la desinformación ya no es un mero fantasma dispuesto a volcar su saco de incertidumbre en momentos puntuales de confusión general, sino una espesa sombra decidida a echar raíces en la sociedad digital actual, amenazando los sistemas políticos democráticos y nublando la credibilidad de los medios de comunicación que los sostienen. Las alarmas han saltado, suscitando la necesidad de emprender una lucha ferviente para mitigar los efectos de este malintencionado patrón comunicativo que puede poner en jaque mate el derecho a la información veraz del que gozan los ciudadanos respecto a hechos de relevancia pública. Las iniciativas periodísticas de *fact-checking* han abordado la pugna desde dos vertientes:

- una labor de verificación de contenidos tanto en los medios de comunicación tradicionales como en redes sociales, y
- una tarea de alfabetización mediática.

Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad de la información presenta los resultados de un estudio que ofrece al lector diferentes análisis del fenómeno de la desinformación, el papel esencial de los *fact-checkers* y las herramientas necesarias para enfrentarse con seguridad al engranaje informativo y de contenidos.

Sumario

Presentación

por María Isabel Míguez-González; Alberto Dafonte-Gómez 11

PRIMERA PARTE

Desinformación y verificación de datos

1. **Arqueología de la desinformación en el siglo XXI: evolución, lenguajes y perspectivas de futuro**
por Carolina Fernández-Castrillo; Raúl Magallón-Rosa 15
 - Introducción 15*
 - 1. Los desórdenes informativos en la era de la desinformación.. 18*
 - 2. La evolución del ecosistema desinformativo y la adaptación de las distintas disciplinas al estudio del fenómeno 21*
 - 3. Perspectivas de futuro ante la fragmentación desinformativa y conclusiones emergentes..... 23*
 - Referencias 27*

2. **La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los *fact-checkers***
por María Isabel Míguez González 29
 - Introducción 29*
 - 1. Cuándo, dónde y por qué surgen los *fact-checkers*..... 30*
 - 2. ¿Son todos los *fact-checkers* iguales? 33*
 - 3. El proceso del *fact-checking* 34*
 - 4. Dificultades y retos para los verificadores de datos..... 35*
 - Referencias 37*

3. Técnicas básicas de verificación para la ciudadanía	
<i>por Alberto Dafonte-Gómez</i>	41
Introducción	41
1. Aprender a reconocer la desinformación	42
1.1. Características de la desinformación	42
1.2. Diferentes tipos de desinformación	43
2. Técnicas de verificación	45
2.1. Procedencia	46
2.2. Fuente	47
2.3. Fecha y ubicación	48
2.4. Motivación	49
3. Herramientas de verificación	50
Conclusiones	52
Referencias	54
4. Propuesta para estudiar ecosistemas de <i>fact-checking</i> y medir su institucionalización	
<i>por Enrique Núñez-Mussa</i>	55
Introducción	55
1. Catalogar a los proyectos de <i>fact-checking</i> : definición de parámetros	58
2. Aplicación del ejercicio exploratorio	59
2.1. Muestra	59
2.2. Resultados	60
3. Discusión y conclusión	61
Referencias	64
5. Las audiencias ante los medios: confianza y consumo de noticias	
<i>por Samuel Negredo; Alfonso Vara-Miguel</i>	67
Introducción	67
1. Consumo de medios informativos en España	70
2. Confianza en las noticias en España	73
Conclusiones	75
Referencias	76

SEGUNDA PARTE

Actividad comunicativa de los verificadores de datos

6. La actividad comunicativa de los <i>fact-checkers</i> iberoamericanos en Internet	
<i>por María Isabel Míguez-González</i>	83
<i>Introducción</i>	83
1. <i>Dinámicas de publicación y comunidades</i>	85
1.1. <i>Twitter</i>	85
1.2. <i>Facebook</i>	86
1.3. <i>YouTube</i>	87
1.4. <i>Instagram</i>	87
1.5. <i>Otras redes y plataformas</i>	89
2. <i>La intencionalidad en la comunicación de los <i>fact-checkers</i></i> ..	89
3. <i>Las temáticas</i>	90
<i>Referencias</i>	92
7. Narrativas audiovisuales al servicio del <i>fact-checking</i>	
<i>por Diana Ramahí-García; Oswaldo García-Crespo</i>	95
<i>Introducción</i>	95
1. <i>La transformación del ecosistema mediático y del paradigma del consumo informativo</i>	95
2. <i>La expansión del vídeo en línea</i>	98
3. <i>La evolución de los formatos audiovisuales en la verificación de datos</i>	99
<i>Conclusiones</i>	108
<i>Referencias</i>	108
8. La irrupción de las redes de mensajería en la práctica del <i>fact-checking</i>	
<i>por Emma Torres-Romay; Silvia García-Mirón</i>	111
<i>Introducción</i>	111
1. <i>Diseño y método</i>	112
2. <i>Trabajo de campo y análisis de datos</i>	113
2.1. <i>Análisis de la cuestión</i>	113
2.2. <i>Estudio de campo</i>	114
<i>Conclusiones</i>	117
<i>Referencias</i>	119

TERCERA PARTE

Contextos de la desinformación y la verificación de datos

9. Enfrentando la desinformación en salud: aprendizajes de la pandemia de covid-19 y estrategias para el futuro	
<i>por Javier Abuín-Penas; Francisco Fernández-Medina</i>	125
<i>Introducción</i>	125
1. <i>Desinformación en el ámbito de la salud</i>	126
2. <i>Redes sociales y fact-checking en el ámbito de la salud</i>	128
<i>Conclusiones</i>	130
<i>Referencias</i>	132
10. Combatiendo las <i>fake news</i> en el ámbito local: el caso de la Consellería de Sanidad de la Xunta de Galicia	
<i>por Jesús Pérez-Seoane; Juan Manuel Corbacho-Valencia</i>	135
<i>Introducción</i>	135
1. <i>El papel de las instituciones públicas</i>	137
2. <i>Objetivos</i>	138
3. <i>Metodología</i>	138
4. <i>Resultados</i>	140
4.1 <i>Actividad en Facebook durante el período de pandemia</i>	140
4.2 <i>Actividad en YouTube durante el período de pandemia</i>	143
<i>Conclusiones</i>	145
<i>Referencias</i>	147
11. Desinformación, <i>fact-checking</i> y movimiento feminista	
<i>por Xabier Martínez Rolán; Teresa Piñeiro</i>	149
<i>Introducción</i>	149
1. <i>Reactivo antifeminista</i>	151
2. <i>La arena digital, tóxica para las mujeres</i>	153
3. <i>Desinformación. Ahondando en la brecha de género</i>	155
4. <i>Feminismo y verificación</i>	156
<i>Referencias</i>	158

12. Racismo en redes. El discurso de odio contra la comunidad china durante la pandemia de covid-19	
<i>por Amparo Huertas Bailén; Luiz Peres-Neto</i>	161
<i>Introducción</i>	161
1. <i>Hablemos de sinofobia</i>	162
2. <i>El estudio del discurso del odio, un camino para saber más acerca de cómo circulan las narrativas racistas</i>	164
3. <i>La reacción de la comunidad china ante la sinofobia</i>	166
<i>Referencias</i>	169

CUARTA PARTE

La alfabetización en la lucha contra la desinformación

13. La labor de los verificadores de datos en el ámbito de la alfabetización digital	
<i>por Silvia Sierra Martínez</i>	175
<i>Introducción</i>	175
1. <i>Metodología</i>	177
2. <i>Resultados</i>	179
2.1. <i>Análisis de la información</i>	179
2.2. <i>Análisis de materiales</i>	181
<i>Conclusiones</i>	189
<i>Referencias</i>	190
14. El periodista educomunicador en la era de los desórdenes informativos	
<i>por Francisco Marcos Martín-Martín; Bella Palomo</i>	193
<i>Introducción</i>	193
1. <i>Frente al desorden informativo, educación mediática</i>	194
2. <i>El periodista educador mediático</i>	195
3. <i>Emprendimiento periodístico educomunicativo</i>	198
<i>Conclusiones</i>	201
<i>Referencias</i>	203

15. Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. Una experiencia desde la Universidad	
<i>por Alberto Dafonte-Gómez</i>	205
<i>Introducción</i>	205
1. <i>El aprendizaje-servicio como oportunidad de alfabetización mediática</i>	206
2. <i>Un laboratorio ciudadano para la alfabetización digital y mediática</i>	208
3. <i>Resultados del proyecto y conclusiones</i>	212
<i>Referencias</i>	215

La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los *fact-checkers*

María Isabel Míguez González
Universidade de Vigo

Introducción

Un *fact-checker* o verificador de datos podría definirse como una persona o equipo que se dedica a comprobar la veracidad de informaciones o contenidos publicados en medios de comunicación o difundidos a través de Internet. El objetivo de la verificación debe ser, según Elizabeth (2014), investigar hechos o declaraciones publicadas o realizadas por políticos u otras personas o medios que tengan impacto en la vida de otros individuos, al margen de intereses partidistas, para proporcionar información clara, examinada rigurosamente por profesionales, que ayude a los receptores a tomar decisiones plenamente conscientes. Esto incluye desmentir noticias falsas o engañosas y asegurar que la información que se difunde sea precisa y fiable.

De este modo, los *fact-checkers* funcionan como una nueva institución democrática cuya finalidad es promover la verdad en el discurso público (Graves; Cherubini, 2016). Con su actividad contribuyen a mejorar la transparencia y responsabilidad de los medios de comunicación, aumentando la confianza del público en las noticias, y mediante la modificación de percepciones erróneas (Hameleers, 2019; Wood; Porter, 2019) ayudan a generar una opinión pública bien informada. Así, los *fact-checkers* colaboran con la alfabetización de usuarios y periodistas (Portugal; Aguaded, 2020) y se convierten en un ejemplo de competencia mediática frente a la desinformación (Lotero-Echeverri *et al.*, 2018) como uno de los desafíos que plantea la desinformación en la era de Internet, por sus riesgos

para el sistema político, la toma de decisiones y también para la reputación de empresas y ciudadanos. Presenta aquí una revisión sobre el tema de la competencia mediática y de la desinformación, como reto del periodismo digital. Se analiza el caso de colombiacheck.com, una plataforma de una asociación de periodistas que es pionera en Colombia en la línea de trabajo del periodismo de chequeo de hechos (*fact checking*).

Para Amazeen (2020), además de educar al público y perfeccionar las prácticas periodísticas, la verificación de datos busca mejorar, específicamente, el comportamiento político. En este sentido, varios expertos coinciden en apuntar la capacidad de los *fact-checkers* para frenar o restringir la mentira en este ámbito (Haigh *et al.*, 2018; Nyhan; Reifler, 2015; Young *et al.*, 2018). De hecho, la política es uno de los focos a los que los *fact-checkers* prestan especial atención (Míguez-González; Daffonte-Gómez, 2022) y guarda especial relación con la proliferación de las iniciativas de verificación de datos.

1. *Cuándo, dónde y por qué surgen los fact-checkers*

Tal y como destacan Elizabeth (2014) o Guallar *et al.* (2020) la verificación de hechos es una tarea que los periodistas desarrollan de forma habitual en el ejercicio de su profesión, tanto para evitar que sus informaciones contengan imprecisiones y para garantizar una información fiable, independiente y de calidad, como para rebatir contenidos publicados por otras fuentes. Sin embargo, el *fact-checking*, entendido como una actividad en sí misma, centrada en demostrar la veracidad o inexactitud de afirmaciones realizadas por terceras personas o contenidos publicados por diversas fuentes, es relativamente reciente.

Según Amazeen (2020), a lo largo del siglo XX diversos periodistas de investigación decidieron poner en marcha sus propias publicaciones para luchar contra la desinformación, especialmente de tipo político. En la década de 1990 este tipo de desinformación comenzó a despertar especial interés y en el

año 2003 el Annenberg Public Policy Center de la Universidad de Pensilvania fundó *Factchecker.org*, una entidad sin ánimo de lucro reconocida en la actualidad como una de las principales organizaciones de verificación de datos en Estados Unidos. Graves y Cherubini (2016) destacan que estas primeras organizaciones dedicadas a evaluar públicamente la veracidad de las afirmaciones de los políticos sentaron las bases de lo que se convertiría en una actividad habitual en los principales medios de comunicación del país.

De hecho, en el caso europeo, las primeras iniciativas de verificación nacieron vinculadas a estructuras mediáticas ya existentes. En 2005, Channel 4 News lanzó en Reino Unido un blog para cubrir unas elecciones parlamentarias que puede ser considerado el primer ejemplo de *fact-checker* en Europa. En 2008 surgieron iniciativas similares en Francia y Países Bajos y a finales de 2010 había *fact-checkers* activos en 10 países europeos (Graves; Cherubini, 2016).

Desde ese año 2010, en el que nace en Argentina la plataforma Chequeado (Guallar *et al.*, 2020), primera iniciativa de *fact-checking* en español (Vázquez-Herrero *et al.*, 2019), las prácticas de verificación de datos se han extendido a numerosos países de todo el mundo. Según Amazeen (2020), el grado de gobernabilidad democrática, la accesibilidad a Internet y la libertad de prensa favorecen el surgimiento de los *fact-checkers*, pero incluso en países con democracias dudosas han surgido iniciativas de este tipo; así, la verificación de hechos puede entenderse no sólo como el resultado de una cultura democrática saludable, sino también como una herramienta de construcción de la democracia que surge donde las instituciones democráticas se perciben como débiles o están bajo amenaza (Amazeen, 2020).

Autores como Guallar *et al.* (2020), Hameleers; Van der Meer (2020) o Vázquez-Herrero *et al.* (2019) destacan, asimismo, cómo proliferaron las iniciativas de *fact-checking* político ante las elecciones de 2016 en Estados Unidos. Según Hameleers y Van der Meer (2020), en un momento en que la falta de honestidad en la comunicación política se convirtió en una

gran preocupación dentro del debate público y la aparición de sitios webs creíbles pero falsos propició la difusión descontrolada de desinformación, los verificadores de hechos se presentaron como una solución para contrarrestar las percepciones erróneas y superar la polarización.

España no fue ajena a este proceso. En enero de 2018 la periodista Ana Pastor creó *Newtral*, startup de la que es la única accionista. Ese mismo año, los también periodistas Clara Jiménez y Julio Montes fundaron la *Asociación Maldita contra la desinformación: periodismo, educación, investigación y datos en nuevos formatos*, más conocida como *Maldita.es*, heredera de la cuenta de Twitter Maldita Hemeroteca que habían puesto en marcha en 2013 con la finalidad de desmentir informaciones de tipo político. Y en 2019 la agencia EFE lanzó su propio servicio de verificación de datos, *EFE Verifica*.

Aunque es difícil determinar el número exacto de *fact-checkers* que existen en el mundo, el Duke Reporter's Lab, una entidad de investigación sin ánimo de lucro fundada en 2005 para mejorar la verificación de hechos y el periodismo de datos, dispone de una base de datos bastante exhaustiva que permite apreciar cómo se ha incrementado el número de iniciativas en los últimos años, llegando a registrar a finales de 2022 la cifra de 382 verificadores activos (Duke Reporters' Lab, s.f.).

Muchas de estas entidades forman parte de la International Fact-Checking Network (IFCN), otra organización sin ánimo de lucro dedicada a promover la verificación de datos y a mejorar el estándar ético y profesional de los *fact-checkers*. Fundada en 2015, en la actualidad cuenta con más de 200 miembros de más de 65 países. Todas las organizaciones que forman parte de la IFCN son sometidas periódicamente a un proceso de verificación en el que se comprueba su cumplimiento de los principios éticos y profesionales establecidos en el *Code of Principles*, que garantizan, entre otras cuestiones, la imparcialidad en su labor (Míguez-González *et al.*, 2021).

2. ¿Son todos los *fact-checkers* iguales?

Entre todos los verificadores de datos que existen en el mundo existe una gran diversidad. Atendiendo a su origen y modo de financiación, podríamos identificar tres tipos de *fact-checkers*: los *fact-checkers* que dependen de medios de comunicación o agencias de noticias, como EFE Verifica; los que han sido creados por alguna organización de la sociedad civil, sobre todo organizaciones sin ánimo de lucro, como Colombia Check, o instituciones académicas, como Factcheck.org; y los que funcionan como empresas independientes, como Newtral. Según el estudio realizado por Dafonte-Gómez, Míguez-González y Ramahí-García (2022), de los *fact-checkers* que formaban parte de la IFCN en 2020, un 37,5% estaban constituidos como organizaciones sin ánimo de lucro o vinculados a entidades de este tipo, un 36,5% pertenecía a medios de comunicación o agencias de noticias, un 23,1% era o dependía de empresas privadas ajenas al mundo de la comunicación y un 2,9% surgió a partir de iniciativas académicas.

En función de su alcance geográfico, podríamos diferenciar los *fact-checkers* locales o regionales, que trabajan, sobre todo, con la verificación de contenidos de proximidad, de los verificadores nacionales o supranacionales. En España, Verificat sería un ejemplo del primer tipo, centrado sobre todo en la actualidad de Cataluña, mientras que verificadores como Newtral o Maldita presentan un alcance nacional. Los resultados del estudio de Vázquez-Herrero *et al.* (2019) sobre 135 iniciativas de verificación de datos a nivel mundial muestran que las organizaciones más frecuentes son aquellas que trabajan en el ámbito nacional (un 60,74%), mientras que menos de un 9% serían de carácter regional.

Según su alcance temático, podría hablarse también de una mayoría de *fact-checkers* generalistas, que verifican informaciones de todo tipo, aunque también existen *fact-checkers* temáticos o especializados. Así, podrían considerarse verificadores como *Pagella politica* en Italia o *El sabueso* en México, centrados sobre todo en el ámbito político, o *Climate feed-back*

y *Science Vs*, especializados en información científica (Vázquez-Herrero *et al.*, 2019).

Además, el estudio de Míguez-González y Dafonte-Gómez (2022) muestra que algunos *fact-checkers* priorizan la difusión de verificaciones, mientras que otros, como Newtral, ponen un gran énfasis en la publicaciones de información, funcionando más como medios de comunicación que como verificadores de datos.

3. El proceso del *fact-checking*

Desde un punto de vista procedimental, una de las primeras tareas que deben realizar los *fact-checkers* consiste en detectar contenidos cuya credibilidad pueda resultar dudosa. Para ello las organizaciones de verificación de datos utilizan sistemas automatizados de monitorización de medios de comunicación y redes sociales que, sumados a la actividad de sus profesionales, les permiten identificar informaciones, afirmaciones, imágenes o vídeos que deben ser revisados y analizados para verificar su veracidad. Un ejemplo de herramienta de rastreo de noticias es Factmata, una plataforma que utiliza técnicas de aprendizaje automático y análisis de texto para analizar noticias e identificar posibles contenidos falsos; algunos *fact-checkers* disponen además de herramientas de creación propia, como el Radar Aos Fatos, que desde su lanzamiento en 2020 recurre a la inteligencia artificial para identificar campañas de desinformación.

Pero los *fact-checkers* también reciben solicitudes de verificación de contenidos por parte de individuos particulares u otras entidades; Maldito Bulo, por ejemplo, admite solicitudes a través de Facebook Messenger, Whatsapp o Telegram. En este sentido, tal y como apunta Rodríguez Pérez (2020), los propios ciudadanos se convierten en partícipes activos en el ámbito informativo, actuando como *gatekeepers* anónimos que alertan de posibles bulos o contenidos controvertidos.

Una vez que se ha localizado un contenido es necesario proceder a su verificación; para ello, los profesionales utilizan di-

versas técnicas en las que profundizaremos en el tercer capítulo de este libro. Cuando el contenido ha sido verificado y se puede afirmar su veracidad o falsedad, la labor del *fact-checker* consiste en la elaboración y difusión del informe en el que se clasifique como verdadero, falso o dudoso ese contenido y se detallen los pasos que conducen a esa afirmación. Aunque algunos *fact-checkers* ofrecen servicios de verificación (y, por tanto, de reporte) previo pago, en muchos casos, estas verificaciones se difunden a través de los distintos canales de comunicación del *fact-checker*, fundamentalmente página web y redes sociales. En el capítulo 6 nos ocuparemos con más detalle de la actividad comunicativa de los *fact-checkers*.

4. *Dificultades y retos para los verificadores de datos*

Las dificultades a las que se enfrentan los *fact-checkers* en el desarrollo de su actividad son abundantes. El acceso limitado a fuentes de información confiables o relevantes que permitan verificar una afirmación, la falta de tiempo o recursos para llevar a cabo su labor de forma exhaustiva o el cambio constante del panorama informativo en un mundo cada vez más interconectado, que hace difícil seguir el ritmo de desinformación que puede llegar a generarse, son algunos de los condicionantes habituales que afrontan estas entidades.

Los *fact-checkers* han de enfrentarse también al escaso conocimiento de los usuarios sobre los procesos de verificación y a la desconfianza de éstos sobre los propios *fact-checkers* (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020; Rodríguez Pérez, 2020) que suelen ser acusados de presentar sesgos ideológicos o motivaciones partidistas, a pesar de los esfuerzos de las organizaciones —avaladas por entidades como la IFCN— para demostrar su imparcialidad e independencia.

A esto se suma la evidencia de que las noticias falsas se difunden más y más rápido que las verdaderas (Vosoughi *et al.*, 2018) y no resulta sencillo medir el impacto y el alcance de las verificaciones. De hecho, desde la academia son muchos los

estudios que han tratado de determinar si la actividad que realizan los verificadores de datos es verdaderamente efectiva en la lucha contra la desinformación: algunos estudios muestran su utilidad (Chung; Kim, 2021; Hameleers, 2020; Lee *et al.*, 2022; Zhang *et al.*, 2021) pero otros cuestionan su impacto (Margolin *et al.*, 2018; Pérez-Curiel; Velasco-Molpeceres, 2020; Herrero; Herrero-Damas, 2021). Las propias creencias e ideología de los individuos condicionan la capacidad de los *fact-checkers* para corregir la desinformación (Walter *et al.*, 2020) y algunas personas comparten intencionadamente contenidos aunque se haya demostrado su falsedad (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020), lo que dificulta considerablemente su tarea.

A pesar de los inconvenientes apuntados, la actividad del *fact-checking* continúa creciendo, apoyada por nuevas tecnologías que permiten cubrir un mayor volumen de información en menos tiempo y, por tanto, favorecen la eficiencia. Además, sobre todo desde la pandemia de covid-19, también se ha incrementado la participación ciudadana en la actividad de los *fact-checkers*, con un elevado número de demandas de verificación (Dafonte-Gómez; Míguez-González; Martínez-Rolán, 2022) que demuestran la creciente inquietud social ante el fenómeno de la desinformación.

En este sentido, cabe apuntar que la labor de los *fact-checkers* es importante en la lucha contra la desinformación, pero caerá en saco roto si las sociedades carecen de una población crítica y formada que sea capaz de cuestionarse la veracidad de los contenidos que recibe y la credibilidad de las fuentes. En un contexto de polarización cada vez más acusada, es fundamental educar a la ciudadanía en la importancia de los matices, de profundizar en los detalles para comprender realidades complejas que admiten diversas interpretaciones posibles. Se requiere un serio esfuerzo por parte de instituciones públicas e iniciativas privadas para la alfabetización mediática y digital de los ciudadanos. A ello dedicaremos la cuarta parte de este libro.

Agradecimientos

Este capítulo forma parte del proyecto «Narrativas digitales contra la desinformación. Estudio de redes, temas y formatos en los *fact-checkers* iberoamericanos», financiado por la Agencia Estatal de Investigación, de España (Ref. PID2019-108035RB-I00/AEI/ 10.13039/501100011033).

María Isabel Míguez-González es miembro de la Cátedra Unesco «Transformative Education: Science, Communication and Society».

Referencias

- Amazeen, M.A. (2020): «Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking», *Journalism*, vol. 21, núm. 1, pp. 95-111. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>
- Ardevol-Abreu, A.; Delponti, P.; Rodríguez-Wangüemert, C. (2020): «Intentional or inadvertent fake news sharing? Fact-checking warnings and users' interaction with social media content», *El profesional de la información*, núm. e290507. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.07>
- Chung, M.; Kim, N. (2021): «When I Learn the News is False: How Fact-Checking Information Stems the Spread of Fake News Via Third-Person Perception», *Human Communication Research*, vol. 47, núm. 1, pp. 1-24. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaa010>
- Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Martínez-Rolán, X. (2022): «Los fact-checkers iberoamericanos frente a la COVID-19. Análisis de actividad en Facebook», *Observatorio (OBS*)*, vol. 16, núm. 1, pp. 160-182.
- Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.-I.; Ramahí-García, D. (2022): «Fact-checkers on social networks: Analysis of their presence and content distribution channels», *Communication & Society*, vol. 35, núm. 3, pp. 73-89. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.73-89>
- Duke Reporters' Lab. (s.f.): *Global fact-checking sites*. <https://reporters-lab.org/fact-checking/>
- Elizabeth, J. (2014): «Who are you calling a fact checker?». En *American Press Institute*. <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-project/fact-checker-definition/>
- Graves, L.; Cherubini, F. (2016): *The Rise of Fact-Checking Sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>
- Guallar, J.; Codina, L.; Freixa, P.; Pérez-Montoro, M. (2020): «Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020», *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, vol. 22, núm. 3, pp. 595-613. <https://doi.org/10.36390/telos223.09>

- Haigh, M.; Haigh, T.; Kozak, N.I. (2018): «Stopping Fake News: The work practices of peer-to-peer counter propaganda», *Journalism Studies*, vol. 19, núm. 14, pp. 2062-2087. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1316681>
- Hameleers, M. (2019): «Susceptibility to mis- and disinformation and the effectiveness of fact-checkers: Can misinformation be effectively combated?», *Studies in Communication and Media*, vol. 8, núm.4, pp. 523-546. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2019-4-523>
- Hameleers, M. (2020): «Separating truth from lies: Comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands», *Information, Communication & Society*, vol. 25, núm. 1, pp. 110-126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1764603>
- Hameleers, M.; van der Meer, T.G.L.A. (2020): «Misinformation and Polarization in a High-Choice Media Environment: How Effective Are Political Fact-Checkers? », *Communication Research*, vol. 47, núm. 2, pp. 227-250. <https://doi.org/10.1177/0093650218819671>
- Herrero, E.; Herrero-Damas, S. (2021): «El fact-checking hispanohablante: Competencias, dificultades y propuestas de mejora desde la perspectiva de sus profesionales», *El Profesional de la Información*, núm. e300612. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.12>
- Lee, J.; Kim, J.W.; Yun Lee, H. (2022): «Unlocking Conspiracy Belief Systems: How Fact-Checking Label on Twitter Counters Conspiratorial MMR Vaccine Misinformation», *Health Communication*, pp. 1-13. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2031452>
- Lotero-Echeverri, G.; Romero-Rodríguez, L.M.; Pérez-Rodríguez, M. A. (2018): «Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación», *Index.comunicación*, vol. 8, núm. 2, pp. 295-316.
- Margolin, D. B.; Hannak, A.; Weber, I. (2018): «Political Fact-Checking on Twitter: When Do Corrections Have an Effect? », *Political Communication*, vol. 35, núm. 2, pp. 196-219. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334018>
- Míguez-González, M. I.; Abuín-Penas, J.; Pérez-Seoane, J. (2021): «¿Cómo utilizan los fact-checkers las redes sociales para combatir la desinformación? Análisis de la actividad de los fact-checkers iberoamericanos en instagram». En M. Blanco Pérez (coord.), *El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores*, pp. 15-39. Dykinson.
- Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A. (2022): «La labor de verificación de los fact-checkers iberoamericanos en Facebook: Análisis de las temáticas de la desinformación». En *Libro de Comunicaciones VIII Congreso Internacional de la AE-IC «Comunicación y Ciudad Conectada»*, pp. 2053-2072. AEIC.
- Nyhan, B.; Reifler, J. (2015): «The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators: the effect of fact-checking on elites», *American Journal of Political Science*, vol. 59, núm. 3, pp. 628-640. <https://doi.org/10.1111/ajps.12162>
- Pérez-Curiel, C.; 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. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, vol. 20, pp. 95-

122. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>
- Portugal, R.; Aguaded, I. (2020): «Competencias mediáticas y digitales, frente a la desinformación e infoxicación», *Razón y palabra*, vol. 24, núm. 108.
- Rodríguez Pérez, C. (2020): «A reflection on the epistemology of fact-checking journalism: Challenges and dilemmas», *Revista de Comunicación*, vol. 19, núm. 1, pp. 243-258. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>
- Vázquez-Herrero, J.; Vizoso, Á.; López-García, X. (2019): «Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo». *El Profesional de la Información*, vol. 28, núm. 3. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vosoughi, S., Roy, D.; Aral, S. (2018): «The spread of true and false news online», *Science*, vol. 359, núm. 6380, pp. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Walter, N.; Cohen, J.; Holbert, R.L.; Morag, Y. (2020): «Fact-Checking: A Meta-Analysis of What Works and for Whom», *Political Communication*, vol. 37, núm. 3, pp. 350-375. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>
- Wood, T.; Porter, E. (2019): «The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence», *Political Behavior*, vol. 41, núm. 1, pp. 135-163. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9443-y>
- Young, D.G.; Jamieson, K.H.; Poulson, S.; Goldring, A. (2018): «Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org». *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 95, núm. 1, pp. 49-75. <https://doi.org/10.1177/1077699017710453>
- Zhang, J.; Featherstone, J.D.; Calabrese, C.; Wojcieszak, M. (2021): «Effects of fact-checking social media vaccine misinformation on attitudes toward vaccines», *Preventive Medicine*, vol. 145, núm. 106408. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106408>