

Verificación sobre la COVID-19 en Facebook. Análisis temático de las publicaciones realizadas por los *fact-checkers* iberoamericanos.

Fact-checking on COVID-19 on Facebook. Thematic analysis of the posts made by Ibero-American fact-checkers.

<https://doi.org/10.56418/txt.16.2022.001>


Javier Abuín Penas

 <https://orcid.org/0000-0002-7822-7526>

[jabuin@vigo.es]

Universidad de Vigo (España)

Alberto Dafonte Gómez

 <https://orcid.org/0000-0003-1076-4445>

[albertodafonte@uvigo.es]

Universidad de Vigo (España)

María Isabel Míguez González

 <https://orcid.org/0000-0002-0580-8493>

[mabelm@uvigo.es]

Universidad de Vigo (España)

Recibido: 01-08-2022

Aceptado: 21-11-2022

Esta obra se publica bajo la siguiente licencia Creative Commons:
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Resumen

La desinformación se ha convertido en un problema de gran magnitud en los últimos años. Además, la COVID-19 provocó una infodemia donde las organizaciones de *fact-checking* se dedicaron a verificar todo tipo de contenidos, especialmente sobre el virus. Por ello, este estudio pretende profundizar en las características temáticas, el *engagement* y la evolución cronológica de las publicaciones realizadas en Facebook, durante el año 2020, por los 16 *fact-checkers* iberoamericanos ligados a la IFCN (*International Fact-checking Network*). Utilizando una metodología mixta con un análisis de contenido, tanto cuantitativo como cualitativo, los resultados muestran que los contenidos sobre la pandemia han ocupado un lugar protagonista en la comunicación de los verificadores, especialmente los relacionados con la situación de cada país, los tratamientos o las características del virus. Asimismo, se observa la

influencia de la evolución de la pandemia, tanto en las publicaciones de los *fact-checkers* como en la respuesta de la audiencia.

Palabras clave: *Fact-checking*, desinformación, infodemia, redes sociales, COVID-19

Abstract

Misinformation has become a major problem in recent years. In addition, COVID-19 caused an infodemic where fact-checking organizations dedicated themselves to verifying all kinds of content, especially about the virus. For this reason, this study aims to delve into the thematic characteristics, the commitment and the chronological evolution of the publications made on Facebook, during the year 2020, by the 16 Ibero-American fact-checkers linked to the IFCN (International Fact-checking Network). Using a mixed methodology with a content analysis, both quantitative and qualitative, the results show that the contents on the pandemic have occupied a leading place in the communication of the verifiers, especially those related to the situation of each country, the treatments, or the characteristics of the virus. Likewise, the influence of the evolution of the pandemic is observed, both in the publications of the fact-checkers and in the response of the audience.

Keywords: Fact-checking, disinformation, infodemic, social media, COVID-19

Sumario: 1. Introducción. 1.1. La infodemia, el fact-checking y las redes sociales. 1.2. Caracterizando la desinformación sobre la COVID-19. 1.3. Objetivos. 2. Metodología. 3. Resultados. 3.1. Publicaciones totales y publicaciones sobre la COVID-19. 3.2. Categorías temáticas verificadas sobre la COVID-19. 3.3. Comparativa entre España y el resto de fact-checkers iberoamericanos. 3.4. Evolución cronológica de las temáticas sobre COVID-19. 4. Conclusiones y discusión. 5. Apoyo. 6. Referencias.

1. *Introducción*

La pandemia provocada por la COVID-19 afectó a todo el mundo por su impacto sanitario, económico y social. Además, el coronavirus no solo trajo consigo una crisis sanitaria, sino que la epidemia vino acompañada por una infodemia (Salaverría *et al.*, 2020), generando uno de los mayores desafíos a los que las organizaciones encargadas de la verificación de datos (*fact-checkers*) se habían enfrentado hasta el momento.

La reciente popularidad de las redes sociales ha facilitado la propagación de todo tipo de información, también sobre la pandemia. Así, las redes sociales se han llenado de información falsa que los *fact-checkers* deben tratar de mitigar con la finalidad de minimizar los riesgos de la desinformación sobre aspectos tan importantes como la salud.

El propósito de este estudio reside en explorar cómo las plataformas de verificación dieron respuesta a una situación excepcional como la ocasionada por la COVID-19 observando las temáticas relativas al coronavirus y la respuesta de su audiencia ante estas temáticas presentadas. En concreto, la investigación se centra en las temáticas de los contenidos relacionados con el coronavirus, publicados en Facebook por los *fact-checkers* iberoamericanos. La selección de esta plataforma responde a que se trata de la red social con mayor número de personas en el mundo (We are social y Hootsuite 2022) y también está considerado como el principal a través del que distribuir noticias falsas (Newman *et al.*, 2021).

Se inicia el trabajo vinculando el estudio con otras investigaciones previas en las que se analiza el impacto de la COVID-19 en los *fact-checkers* (Dafonte-Gómez *et al.*, 2022) donde caracteriza temáticamente la desinformación vinculada con el coronavirus. A través de esta contextualización

teórica se observa la falta de investigaciones relacionadas con el estudio de las subtemáticas relacionadas con la pandemia que han sido comunicadas por los verificadores, pero no han recibido suficiente atención por parte de los investigadores.

Por ello, esta investigación realiza un análisis temático de las publicaciones realizadas en Facebook por los *fact-checkers* iberoamericanos ligados a la *International Fact-checking Network*, en adelante IFCN para, además de examinar los tipos de publicaciones, observar la reacción en términos de *engagement* que presenta su audiencia y comprobar qué temas resultan de mayor interés poniendo en relación variables como la temporalidad o los formatos específicos que permite esta red social.

1.1. La infodemia, el fact-checking y las redes sociales

La difusión de noticias falsas genera un riesgo cada vez mayor para las personas de todo el mundo (Roozenbeek y Van Linden, 2019). Esto provoca que gobiernos, fundaciones, investigadores y empresas tecnológicas consideren una prioridad mitigar su difusión en las plataformas digitales (Graves y Mantzarlis, 2020).

Ante una situación de crisis y de incerteza, como la sobrevenida por la pandemia ocasionada por la COVID-19, la ciudadanía se encuentra con dificultades para obtener información veraz debido al incremento de la circulación de noticias falsas que buscan desestabilizar a la sociedad (Casero-Ripollés, 2020).

Una muestra de esta avalancha informativa es la cifra que ofrece Larson (2020), que entre el 1 de enero de 2020 y mediados de marzo del mismo año observó más de 240 millones de mensajes sobre el coronavirus en redes sociales. Soluciones milagrosas para curar la enfermedad (Organización Mundial de la Salud, 2020 a) o teorías conspirativas sobre el origen del virus (Andersen *et al.*, 2020; Cohen, 2020) eran algunos de los bulos que más presencia tenían en las redes sociales.

Además, las cifras sobre la desinformación en torno a la COVID-19 son alarmantes. Casi la mitad (46%) de la población británica informó haber estado expuesta a noticias falsas sobre el coronavirus (Ofcom, 2020). Mitchell y Oliphant (2020) obtuvieron resultados similares en los Estados Unidos (48%). En España, Masip *et al.* (2020) indican que el 80,3% de los encuestados afirma haber recibido noticias falsas entre la declaración del estado de alarma, 14 de marzo del 2020, y las semanas posteriores, hasta el 10 de abril del 2020.

Por su parte, el Digital News Report España 2021 (Amoedo *et al.*, 2021) mostraba que el 67% de los españoles está preocupado por la desinformación y la mayoría reconoce haber estado expuesto a bulos sobre el coronavirus (60%). En el caso de Brasil, los datos de Avaaz señalan que el 94% de los entrevistados habían visto al menos una noticia falsa sobre del coronavirus de las siete que les mostraban en el estudio y que el 73% consideraba cierta o probablemente cierta algunas de ellas (*O Brasil está sufriendo una infodemia de Covid-19*, 2020).

Tratando de frenar esta infodemia se encuentran las entidades encargadas de la verificación de datos (*fact-checking*), práctica que Walter *et al.* (2020) definen como la evaluación de la validez de los mensajes realizados por instituciones o personas públicas para identificar si el mensaje es un hecho.

Posetti y Bontcheva (2020, p. 8) consideran que, en el contexto de la COVID-19, las actividades de los *fact-checkers* de monitorización y verificación de los contenidos que circulan por redes sociales “son herramientas imprescindibles para medir y comprender la ‘desinfodemia’, porque descubren los temas siempre cambiantes de la desinformación viral”. Además, la desinformación sobre COVID-19 es un

fenómeno global en el que las mismas noticias falsas se propagan entre países al mismo tiempo que el virus (*Infodemic COVID-19 in Europe: A Visual Analysis of Disinformation*, 2020; López-Pujalte y Nuño-Moral, 2020).

En una situación de infodemia donde los *fact-checkers* tratan de combatir la desinformación, las redes sociales tienen un papel crucial en la percepción de las personas sobre la exposición a enfermedades, la toma de decisiones resultante y los comportamientos de riesgo (Freberg *et al.* 2013). Investigaciones como Vázquez-Barrio *et al.* (2021) muestran que las personas desconfían de las noticias distribuidas por las redes sociales, siendo Facebook la plataforma que menos confianza genera. El Digital News Report 2021 apunta en esta misma dirección al señalar que Facebook es visto como el principal canal para distribuir noticias falsas (Newman *et al.*, 2021). Por su parte, Hollowood y Mostrous (2020) indican que las publicaciones de Facebook representan el 72% de todos los casos de desinformación revisados por los *fact-checkers*.

Estas plataformas digitales por las que se difunde la desinformación son también utilizadas por los *fact-checkers* para difundir sus verificaciones de datos. Estudios como Dafonte-Gómez *et al.* (2022a) argumentan la necesidad de conocer los mecanismos comunicativos utilizados por los verificadores, ya que esta comunicación forma parte intrínseca de su razón de ser. En esta investigación también apuntan a Facebook y Twitter como las redes sociales preferidas por *fact-checkers* para su comunicación *online*. Por ello se observa necesario emprender nuevos estudios sobre aspectos más específicos, como las características temáticas de los contenidos difundidos por los verificadores o las reacciones que estas publicaciones suscitan en la audiencia (Dafonte-Gómez *et al.*, 2022a).

Además, actualmente Facebook continúa siendo la red social con mayor número de personas en el mundo (2.910 millones), seguida de YouTube y WhatsApp, con 2.562 y 2.000 millones de personas respectivamente (We are social y Hootsuite 2022). Teniendo en cuenta estas cifras, Facebook se convierte en un objeto de estudio prioritario a la hora de analizar los esfuerzos comunicativos de los *fact-checkers* en su lucha contra la desinformación.

1.2. Caracterizando la desinformación sobre la COVID-19

La investigación general sobre *fact-checking* señala a la política como el principal objeto de verificación por parte de las organizaciones especializadas (Blanco-Alfonso *et al.*, 2019) que, si bien se enfrentan en su actividad cotidiana a bulos sobre cuestiones sanitarias, nunca habían tenido que concentrar tanto sus esfuerzos en esta área.

Dentro de la investigación académica sobre la desinformación en el contexto de la COVID-19 abundan los trabajos centrados en establecer categorías temáticas en las que agrupar los contenidos publicados por verificadores desde el inicio de la pandemia, con la finalidad de identificar y cuantificar las áreas en las que se han centrado los bulos. Estudiar la desinformación a través de los *fact-checkers* es una práctica habitual dado que, en muchas ocasiones, hasta que ellos actúan, muchos de los contenidos circulan a través de canales y grupos privados que dificultan su identificación.

Cristina Tardáguila –fundadora de *Agência Lupa* y directora asociada de IFCN por entonces– identificaba, en los primeros meses de la pandemia, las temáticas predominantes de la desinformación con 5 oleadas que evolucionaban a medida que lo hacía la situación: (1) los orígenes del virus, (2) vídeos de gente cayendo o en el suelo en calles de China, (3) los falsos remedios para la enfermedad o prevención del contagio, (4) declaraciones de corte supremacista sobre grupos étnicos o religiosos

inmunes a la enfermedad y (5) las pruebas, test y condiciones de cumplimiento de cuarentenas (Suárez, 2020).

Otros trabajos como Salaverría *et al.* (2020) exploraron los formatos, fuentes y territorios de procedencia de los bulos sobre el coronavirus identificando cuatro tipos de bulos: broma, exageración, descontextualización y engaño. Noain-Sánchez (2021) observó que en Latinoamérica y España se generaba un gran número de desinformación sobre salud y que la pandemia había propiciado también la difusión de contenidos falsos relacionados con la política. Tarullo y Gamir-Ríos (2022) observaron que mediante la infodemia se consiguió desestabilizar a través de apelaciones emocionales negativas y buscando la polarización para alimentar el caos provocado por la situación. Más concretamente en España, Almansa-Martínez *et al.* (2022) mostraban que la desinformación sobre la COVID-19 continuaba suponiendo, un año después del inicio de la pandemia, más de una cuarta parte de todos los bulos analizados.

Tabla 1. Categorizaciones temáticas previas sobre desinformación y COVID-19.

Referencias	Temas identificados	Principales hallazgos
Brennen <i>et al.</i> , 2020	Acción de las autoridades públicas; propagación en la comunidad; medicina general; actores destacados; teorías conspirativas; cómo se transmite el virus; preparación de la población; desarrollo de vacunas.	Destaca la desinformación sobre “acción de las autoridades públicas” (39%) y transmisión del virus (24%).
García-Marín, 2020	Recomendaciones de prevención, tratamiento o cura del virus; expansión e impacto de la pandemia; falso contagiado o fallecido a causa del virus; medidas y acciones políticas o institucionales; origen de la Covid-19; reacciones ciudadanas; características del virus; otros.	Destacan “Recomendaciones de prevención” (22,7%), “Expansión e impacto de la pandemia” (17,61%) y “Medidas/acciones políticas o institucionales” (17,22%).
Gutiérrez-Coba <i>et al.</i> , 2020	Falsos anuncios o acciones del Gobierno, organizaciones o personajes públicos; supuestas curas y consejos de salud; situación de un país; teorías conspirativas; riesgo y formas de contagio; falsas ayudas económicas; otros	Las categorías más abundantes son “Falsos anuncios o acciones del Gobierno” (31,5%), “Supuestas curas” (26,1%) y “Situación de un país” (16,2%).
Hansson <i>et al.</i> , 2021	Mensajes que describen las medidas de protección recomendadas u obligatorias como perjudiciales o innecesarias; promoción de remedios falsos (o perjudiciales) contra el virus; falsa representación de los mecanismos de transmisión del coronavirus; mensajes negando la existencia o gravedad del virus; promoción de falsas medidas de protección con fines lucrativos; acoso y discurso de odio contra colectivos sociales y grupos étnicos.	Es una propuesta teórica apoyada en ejemplos ad hoc.
<i>Infodemic COVID-19 in Europe: A Visual Analysis of Disinformation</i> , 2020	Curas y remedios; relación del 5G con la enfermedad; sobre evitar o prevenir infecciones; sobre el origen no natural del virus; sobre vacunas; sobre mascarillas y EPIs; sobre la	Las categorías son los temas principales de desinformación detectados en Europa entre marzo y abril de 2020 por AFP, CORRECTIV, Pagella Political/Facta, Full

	relación de Bill Gates con la enfermedad; comparaciones entre el coronavirus y la gripe estacional	<i>Fact</i> y <i>Maldita.es</i> . La selección combina lo cuantitativo con el interés divulgativo.
López-Pujalte y Nuño-Moral, 2020	Situación de un país; medidas; curas; prevención; contagios; origen del virus; características del virus; síntomas; predicción; declaraciones de autoridades, otros.	Al margen de las categorías “Otros”, que es la más numerosa, destacan “Situación de un país” (16%), “Medidas” (16%) y “Curas” (14%).
Neto <i>et al.</i> , 2020	Mensajes de autoridades sanitarias; terapias; medidas de prevención; pronósticos sobre la enfermedad; vacunas.	“Mensajes de autoridades sanitarias (57,1%)” y “terapias” (24,3%) son las principales categorías.
Peña-Ascacibar <i>et al.</i> , 2021	Teoría del complot; ciencia y salud; política nacional e internacional; China como epicentro del virus; cadenas falsas; otros.	Destacan “Política nacional e internacional” (33,77% en Italia y 39,9% en España) y “Ciencia y salud” (22,66% en Italia y 23% en España)
Patra y Pandey, 2021	Salud; economía; religión; comunidad internacional; políticas públicas; falsedades sobre personajes famosos y autoridades públicas.	Las categorías de “Salud” (42%), “Políticas públicas” (17%), “Comunidad internacional” (13%) y ataques a autoridades y famosos (12%) son las principales.
Posetti y Bontcheva, 2020	Orígenes y propagación de la enfermedad; estadísticas falsas y engañosas; impactos económicos; desacreditación de periodistas y medios; síntomas, diagnóstico y tratamiento; impactos sobre la sociedad y el medio ambiente; politización; contenido promovido por actores que buscan ganancias económicas fraudulentas; desinformación sobre personajes famosos.	Es una propuesta teórica apoyada en ejemplos <i>ad hoc</i> .
Ramon-Vegas, Mauri-Ríos y Rodríguez-Martínez, 2020	Origen, expansión y letalidad del virus; recomendaciones y prácticas curativas; gestión de la pandemia por parte de las administraciones públicas y organismos internacionales.	Las categorías se corresponden con las temáticas de los contenidos con más repercusión en Twitter de la muestra analizada.
Noain-Sánchez, 2021	Autoridades; información científica (distinguiendo subcategorías: origen y causas del virus; progresión del virus; características del virus); otros.	“Información científica” es la categoría principal (46,7%), frente a “Otros” (32,3%) y “Autoridades” (21%). En las subcategorías de la primera destaca “Características” (22%) seguida por “Progresión” (15,4%) y “Origen” (9,3%).
Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa, 2020	Contagios; estado y evolución de la pandemia; formas de prevención y curas; medidas (públicas y privadas) adoptadas en la lucha contra la pandemia y para paliar sus efectos; otros.	“Contagios” (21,7%), “Prevención” (24,7%), “Medidas” (24,7%), “Otros” (28,9%).

Fuente: elaboración propia.

En abril de 2020 Brennen *et al.* (2020) publicaban uno de los primeros estudios sobre las temáticas de la desinformación en pandemia, usando 225 noticias de la base de datos de First Draft y una serie de categorías temáticas no excluyentes (ver tabla 1). Sus resultados mostraban que la desinformación sobre actuaciones de las autoridades públicas eran las más abundantes (39%) seguidas por aquellas relativas a

la propagación del virus (24%). Los propios autores señalan que la desinformación sobre las actuaciones de gobiernos y autoridades suele cuestionar la información emitida por esas mismas autoridades y que, aunque su preeminencia en la muestra podría deberse a que es un tipo de desinformación fácil de someter a verificación podría indicar también “que los gobiernos no siempre han logrado proporcionar información clara, útil y confiable para abordar cuestiones públicas apremiantes” (Brennen *et al.*, 2020, p. 6).

Además de los estudios mencionados previamente, la base de datos de The CoronaVirusFacts/DatosCoronaVirus Alliance contiene más de 15.400 artículos de *fact-checkers* de más de 70 países y en al menos 40 idiomas, verificando contenidos sobre la COVID-19 (*Fighting the Infodemic: The #CoronaVirusFacts Alliance*, 2020). Concretamente, la Latam Chequea Coronavirus es una parte fundamental de este proyecto que surge como la alianza entre los verificadores de datos iberoamericanos frente a la desinformación que la pandemia COVID-19 ha generado. Esta iniciativa categoriza los diferentes tipos de bulos y noticias falsas compartidas durante la crisis sanitaria del coronavirus según su contenido: medidas, situación del país, curas, características del virus, origen del virus, prevención, contagios, predicción, síntomas, pruebas, vacunas, secuelas, teorías conspirativas, efectos de la vacuna y variantes del coronavirus. Todas las categorías y las diferentes desinformaciones analizadas se pueden comprobar en la página web de Latam Chequea Coronavirus (<https://chequeado.com/latamcoronavirus>).

Entre los estudios seleccionados (ver Tabla 1) podemos encontrar aproximaciones a la clasificación temática basadas en muestras muy concentradas en el tiempo, con ámbito geográfico y/o número de *fact-checkers* reducido (Brennen *et al.*, 2020; Neto *et al.*, 2020; Patra y Pandey, 2021; Peña-Ascaíbar *et al.*, 2021; Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa, 2020), informes que ofrecen temáticas destacadas según criterio de los autores (*Infodemic COVID-19 in Europe: A Visual Analysis of Disinformation*, 2020; Posetti y Bontcheva, 2020) y artículos que abordan la cuestión analizando los contenidos publicados por varios verificadores a nivel internacional, bien a nivel global (García-Marín, 2020), bien dentro de marcos geográficos amplios, como el europeo (Hansson *et al.*, 2021) o el latino/iberoamericano (Gutiérrez-Coba *et al.*, 2020; Noain-Sánchez, 2021), con especial atención a la actividad de la red colaborativa LatamChequea Coronavirus de la IFCN (López-Pujalte y Nuño-Moral, 2020; Quintana-Pujalte y Pannunzio, 2021; Ramon-Vegas *et al.*, 2020).

Aunque previamente Dafonte-Gómez *et al.*, (2022b) detectaron una mayor interacción en las publicaciones sobre COVID-19 (que gustan más y se comentan más) de los *fact-checkers* iberoamericanos en Facebook. Pese a ello, este estudio no analizó específicamente las temáticas relacionadas con el coronavirus, lo que convierte al trabajo actual en uno de los más novedosos en este aspecto.

1.3. Objetivos

El propósito de esta investigación se orienta al análisis, tanto cuantitativo como cualitativo, de la actividad en Facebook relacionada con la pandemia ocasionada por la COVID-19 por parte de los *fact-checkers* iberoamericanos ligados a la IFCN y su repercusión en la comunidad *online*. Se pretende conocer las temáticas más tratadas sobre el coronavirus, los niveles de interacción que estas tuvieron en la red social, la influencia de la evolución cronológica de la pandemia en las publicaciones y las diferencias y similitudes entre los verificadores españoles y el resto.

En base a lo observado en investigaciones precedentes, el presente trabajo establece cuatro objetivos de investigación:

O1. Comparar los niveles de publicación e interacción en el contenido sobre la COVID-19 y el resto de los temas en el año 2020.

O2. Determinar cuáles son las temáticas relacionadas con la COVID-19 más verificadas y que más interés suscitaron a las personas que utilizan Facebook durante el año 2020.

O3. Descubrir las diferencias y similitudes existentes entre la actividad y la interacción recibida por los verificadores españoles y el resto de los *fact-checkers* iberoamericanos en sus publicaciones sobre la COVID-19.

O4. Conocer la relevancia de la evolución cronológica de la pandemia en los niveles de publicación y *engagement* para comprobar si influye en el grado de interacción de las publicaciones de los *fact-checkers* en Facebook.

2. Metodología

Para el estudio, se ha seleccionado una muestra conformada por las publicaciones de Facebook realizadas por los 16 *fact-checkers* iberoamericanos con cuenta de verificación independiente vinculados a la IFCN en 2020: *AFP Factual*, *Agência Lupa*, *Aos Fatos*, *Bolivia Verifica*, *Chequeado*, *Colombiacheck*, *Cotejo.info*, *Ecuador Chequea*, *Efe Verifica*, *El Sabueso*, *La Silla Vacía*, *Maldito Bulo*, *Newtral*, *Polígrafo*, *Verificador de La República* y *Verificat*.

Dado que esta investigación pretende analizar la comunicación de los *fact-checkers* sobre la COVID-19, la muestra se acotó temporalmente al año 2020. De este modo se han podido analizar publicaciones previas a la entrada del virus en los países iberoamericanos, obteniendo la mayoría de las publicaciones en los momentos más intensos de la pandemia.

Para la obtención de datos se empleó CrowdTangle (CrowdTangle Team, 2020), una herramienta integrada en el ecosistema de Facebook que permite monitorizar el estado de las páginas de esta red social y, a su vez, la extracción de las publicaciones y métricas en formato .csv. Al introducir los nombres de las páginas de los verificadores y los rangos de fechas del estudio se extraen las publicaciones y los metadatos asociados a las mismas.

El proceso de extracción de datos arrojó un total de 28.085 publicaciones. Estas fueron utilizadas para la primera parte del estudio, fase en la que se identificaron también aquellas publicaciones que estuviesen relacionadas con la COVID-19 a través de un filtrado de palabras clave: “COVID”, “COVID-19” y “coronavirus” (n=10.379).

Para cada publicación se consideraron las siguientes variables de análisis:

- Nombre de la página.
- Número de personas que siguen la página en el momento de la publicación.
- Fecha y hora de la publicación.
- Enlace de la publicación.
- Texto de la publicación.

- Interacción: suma de me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me enfada, me entristece, compartidos y comentarios.

Para llevar a cabo un análisis más objetivo de los niveles de *engagement* de los *fact-checkers* iberoamericanos, se utilizó la siguiente fórmula: Interacción (suma de me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me enfada, me entristece, compartidos y comentarios) / N° de personas que siguen la página en el momento de la publicación x 100. De este modo se puede observar la reacción suscitada, teniendo en cuenta el volumen total de personas que siguen cada página en el momento exacto en el que se realizó la publicación.

En el desarrollo de la investigación la metodología utilizada ha sido el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo. Hernández-Sampieri *et al.*, (2010) definen el análisis de contenido como una técnica que permite estudiar cualquier tipo de comunicación de un modo objetivo y sistemático, cuantificando los mensajes en categorías y subcategorías, al mismo tiempo que permite su análisis estadístico. Este método, habitual en el campo de las ciencias sociales, ha permitido a numerosos investigadores averiguar características pertenecientes al comunicador y al mensaje (Krippendorff, 2018), considerándose como una de las metodologías más adecuadas para investigaciones en el ámbito de la comunicación (Berelson, 1952).

Para analizar las temáticas relacionadas con el coronavirus, debido a que se trata de una muestra con un volumen inabarcable, se utilizó la metodología de la semana construida (Krippendorff, 1990) que permite realizar un muestreo aleatorio adecuado sin la necesidad de seleccionar la totalidad de las publicaciones. Dicha metodología se aplicó seleccionando todas las publicaciones del año 2020 para analizar específicamente todas las publicaciones de todos los *fact-checkers* en un día de cada semana y siguiendo el siguiente sistema: lunes de la semana 1, martes de la semana 2, miércoles de la semana 3 y así sucesivamente hasta llegar a la última semana del año 2020. Tras aplicar este método, la muestra final a la que se aplicó el análisis de contenido cualitativo resultó de un total de 1.253 publicaciones.

Además, con el objetivo de incrementar la calidad y la validez de los resultados, se pretende eliminar el sesgo de un único investigador utilizando la triangulación de autores. Esta técnica, consiste en el empleo de una pluralidad de observadores frente a la técnica convencional de un observador singular (Rodríguez Ruiz, 2005). En esta investigación, los tres autores han llevado a cabo el análisis de contenido cualitativo para establecer las temáticas de las publicaciones. Se verificó la fiabilidad del análisis temático valorando el nivel de acuerdo existente entre el equipo de investigación a la hora de codificar temáticamente las informaciones. En este sentido, según el coeficiente Kappa (K) de Cohen (Cohen, 1960), el grado de acuerdo entre los investigadores es muy bueno (K=0,89).

Tanto el análisis cuantitativo como el cualitativo se realizaron utilizando las hojas de cálculo de Microsoft Excel. Para el análisis cualitativo se llevó a cabo una clasificación mixta, partiendo de un procedimiento deductivo, al seguir el sistema de categorías establecido previamente por Brennen *et al.* (2020), adaptado por García-Marín (2020) y combinado con las categorías temáticas utilizadas por la plataforma Latam Chequea Coronavirus, lo que permitió profundizar en las temáticas relacionadas con la propia pandemia. Posteriormente se aplicó un procedimiento inductivo, complementando y adaptando las categorías a medida que se examinaron todas las publicaciones de la base de datos; la clasificación obtenida por cada investigador tras este procedimiento se sometió a una prueba interjueces, en el que se resolvieron las discrepancias para alcanzar la categorización final. De este modo, siguiendo este sistema de clasificación mixta, se establecieron las siguientes categorías temáticas de análisis:

-
- Origen: hace referencia a las publicaciones específicas a la procedencia del coronavirus.
 - Características del virus: hace referencia a datos concretos sobre el coronavirus: cómo funciona el virus, cómo prevenirlo, sus variantes, qué síntomas provoca, etc.
 - Prevención: agrupa las publicaciones cuya temática trata sobre posibles acciones que puedan prevenir el coronavirus o herramientas de prevención contra el virus.
 - Detección: agrupa todas las publicaciones que tienen que ver con las pruebas, test de detección, PCR, antígenos y demás herramientas para la detección del coronavirus.
 - Contagios: incluye información y/o datos sobre los contagios, incluyendo las características cualitativas de los contagios y la forma en la que se contagia el virus.
 - Medidas / recomendaciones: hace referencia a las publicaciones que tratan sobre leyes, normas, recomendaciones o indicaciones que se transmiten desde los gobiernos, la OMS u otro tipo de organizaciones. También se incluyen publicaciones en las que se critican este tipo de normas.
 - Tratamiento: reúne todos los mensajes en los que se hace referencia a curas o tratamientos para el coronavirus, desde las que han sido autorizadas o respaldadas por las organizaciones y gobiernos pertinentes, hasta las que no cuentan con ningún tipo de respaldo por parte de las organizaciones encargadas de aprobar la medicación o tratamiento para esta enfermedad.
 - Vacunas: se incluyen en esta categoría todas las publicaciones en las que se habla sobre una posible vacuna, sobre la carrera por la vacuna, las características de las vacunas o cualquier tipo de información relacionada con la vacuna. También se incluyen publicaciones en las que se habla de personas siendo vacunadas, de la cantidad de gente vacunada, de la efectividad de las vacunas, etc.
 - Situación del país: hace referencia a mensajes que verifican, desmienten o informan sobre el número de casos en un país concreto. También puede tratar sobre informaciones dadas sobre la situación de un área concreta, incluyendo información sobre las regiones o localidades de cualquier país o continente.
 - Datos: esta categoría incluye todas las publicaciones específicas sobre las cifras de contagios y fallecidos por el coronavirus.
 - Mortalidad: hace referencia a las publicaciones que tratan de manera específica temas relativos a muertes por el virus.
 - Teorías conspirativas: reúne todas las informaciones alternativas a las versiones oficiales que tratan de dar explicación a cualquier acontecimiento relacionado con la COVID-19, tratando de descalificar las teorías oficiales.
 - Meta fact: en esta categoría se reúnen las publicaciones que informan sobre el *fact-checking*, los verificadores de datos, las organizaciones de *fact-checkers*, la detección de noticias falsas, etc.
 - No COVID: se incluyen las publicaciones que mencionan el coronavirus, pero sin ser el tema principal. Por ejemplo: en tiempos de COVID-19 es importante acordarse de nuestros mayores...

- Otros / varios: hace referencia a las publicaciones que tratan el coronavirus de como eje principal del mensaje, pero no se podrían incluir en ninguna de las categorías anteriores. También se incluyen publicaciones en las que se tratan temas que hacen referencia a más de una categoría.

Para poder establecer una comparación entre España y el resto de los verificadores iberoamericanos se utilizó el país de procedencia presentado por cada organización en la página web de la IFCN.

3. Resultados

3.1. Publicaciones totales y publicaciones sobre la COVID-19

Las publicaciones sobre la COVID-19 supusieron cerca del 37% del total de las publicaciones realizadas por los *fact-checkers* iberoamericanos en Facebook a lo largo del año 2020. Estos resultados sitúan a *Agência Lupa*, *El Sabueso* y *Ecuador Chequea* en el podio de los verificadores con mayor porcentaje de publicaciones sobre la COVID-19 (Tabla 2).

Tabla 2. Publicaciones de los *fact-checkers* iberoamericanos en 2020.

Verificador	País	Nº publicaciones	Nº publicaciones COVID-19	% publicaciones COVID-19	Promedio engagement	Promedio engagement publicaciones COVID-19
<i>AFP Factual</i>	España	1001	363	36,26%	0,65%	0,84%
<i>Agência Lupa</i>	Brasil	1175	724	61,62%	0,45%	0,47%
<i>Aos Fatos</i>	Brasil	673	292	43,39%	0,57%	0,77%
<i>Bolivia Verifica</i>	Bolivia	3225	1295	40,16%	0,27%	0,36%
<i>Chequeado</i>	Argentina	2526	992	39,27%	0,12%	0,11%
<i>Colombiacheck</i>	Colombia	872	235	26,95%	0,36%	0,32%
<i>Cotejo.info</i>	Venezuela	95	36	37,89%	0,34%	0,18%
<i>Ecuador Chequea</i>	Ecuador	1349	769	57,01%	0,10%	0,10%
<i>Efe Verifica</i>	España	160	59	36,88%	2,13%	2,17%
<i>El Sabueso</i>	México	1084	661	60,98%	0,44%	0,47%
<i>La Silla Vacía</i>	Colombia	3789	547	14,44%	0,09%	0,07%
<i>Maldito Bulo</i>	España	2750	1214	44,15%	0,24%	0,20%
<i>Newtral</i>	España	6461	2156	33,37%	0,14%	0,14%
<i>Polígrafo</i>	Portugal	2395	496	20,71%	0,19%	0,14%
<i>Verificador de La República</i>	Perú	462	132	28,57%	1,02%	1,29%
<i>Verificat</i>	España	68	11	16,18%	0,46%	0,34%
TOTAL		28085	10379	36,95%	0,23%	0,27%

Fuente: elaboración propia.

En términos generales, el promedio de *engagement* de las publicaciones de la muestra es bajo, si bien el de las publicaciones sobre COVID-19 es ligeramente superior al del total de *publicaciones* publicados. Esta diferencia es claramente visible en verificadores como *AFP Factual*, *Verificador de La República* o *Aos Fatos*. Sin embargo, en nueve de los 16 *fact-checkers* analizados el promedio de *engagement* en el conjunto de *publicaciones* publicados es igual o superior al registrado en las publicaciones de COVID-19 (Tabla 2).

3.2. Categorías temáticas verificadas sobre la COVID-19

El análisis de contenido de la muestra obtenida mediante el procedimiento de semana construida permite observar que, al margen de la categoría Otros/varios, las publicaciones clasificadas en las categorías de Situación del país, Tratamiento, *Meta fact*, Vacuna, Medidas y Características del virus son las más abundantes. En cuanto a la interacción recibida por cada categoría se observa que las publicaciones de la temática Tratamiento, Teorías Conspirativas y Origen son las que más interacción generan, tanto en términos generales como en relación con las personas que siguen la página (Tabla 3).

Tabla 3. *Publicaciones e interacción por categoría temática.*

TEMÁTICA	Publicaciones muestra COVID-19		% <i>engagement</i>
	n	%	
Características del virus	100	7,98%	0,28%
Contagios	36	2,87%	0,18%
Datos	81	6,46%	0,09%
Detección	36	2,87%	0,31%
Medidas	109	8,70%	0,18%
<i>Meta fact</i>	119	9,50%	0,17%
Mortalidad	39	3,11%	0,28%
No COVID	28	2,23%	0,14%
Origen	26	2,08%	0,33%
Otros/varios	206	16,44%	0,39%
Prevención	49	3,91%	0,21%
Situación del país	143	11,41%	0,19%
Teorías conspirativas	39	3,11%	0,32%
Tratamiento	127	10,14%	0,41%
Vacuna	115	9,18%	0,21%
TOTAL	1253	100%	0,27%

Fuente: elaboración propia.

3.3. Comparativa entre España y el resto de *fact-checkers* iberoamericanos

La comparativa entre *fact-checkers* españoles y el resto en relación con las temáticas de publicación muestra que las categorías de *Meta fact*, Medidas, Datos y Vacuna son las más utilizadas por los *fact-checkers* españoles, mientras que el resto de los verificadores publican más sobre la Situación del país, Tratamiento, *Meta fact* y Características del virus (tabla 4).

Tabla 4. Comparativa del uso de temáticas entre *fact-checkers* españoles y el resto.

TEMÁTICA	Españoles			Resto		
	Publicaciones	% <i>publicaciones</i>	% <i>engagement</i>	Publicaciones	% <i>publicaciones</i>	% <i>engagement</i>
Características del virus	37	7,64%	0,11%	63	8,19%	0,38%
Contagios	21	4,34%	0,13%	15	1,95%	0,24%
Datos	40	8,26%	0,11%	41	5,33%	0,08%
Detección	13	2,69%	0,60%	23	2,99%	0,15%
Medidas	54	11,16%	0,12%	55	7,15%	0,23%
<i>Meta fact</i>	55	11,36%	0,15%	64	8,32%	0,18%
Mortalidad	10	2,07%	0,38%	29	3,77%	0,25%
No COVID	7	1,45%	0,23%	21	2,73%	0,12%
Origen	13	2,69%	0,31%	13	1,69%	0,36%
Otros/varios	92	19,01%	0,45%	114	14,82%	0,35%
Prevención	20	4,13%	0,29%	29	3,77%	0,16%
Situación del país	31	6,40%	0,17%	112	14,56%	0,19%
Teorías conspirativas	17	3,51%	0,48%	22	2,86%	0,20%
Tratamiento	35	7,23%	0,33%	92	11,96%	0,44%
Vacuna	39	8,06%	0,29%	76	9,88%	0,18%
TOTAL	484	100%	0,26%	769	100%	0,26%

Fuente: elaboración propia.

Se observa también que el promedio de *engagement* en las publicaciones sobre la COVID-19 es similar en los *fact-checkers* españoles y en el resto. De todas formas, las categorías temáticas que reciben mayor interacción difieren entre unos y otros. Los verificadores españoles reciben más interacción en sus publicaciones sobre Detección y Teorías conspirativas, mientras que el resto de los verificadores obtienen más interacción al publicar sobre Tratamiento y Características del virus. En este sentido merece la pena destacar temáticas como "Detección", que en el caso de los verificadores españoles recibe un 0,6% de *engagement* o "Tratamiento" que en el caso del resto de *fact-checkers* recibe un 0,44% (tabla 4).

3.4. Evolución cronológica de las temáticas sobre COVID-19

Con respecto a la evolución cronológica de los diferentes casos, se registra una mayor concentración de publicaciones en el segundo trimestre del año, es decir, el periodo inmediatamente posterior a las primeras muertes por coronavirus en los países que conforman la muestra. De igual modo, el *engagement* también es más alto en el segundo trimestre, lo que coincide con el volumen de publicaciones.

En este sentido, para evaluar dicha evolución se ha tenido en cuenta la “Cronología de actuación ante el COVID-19” presentada por la OMS que incluye las principales acciones tomadas por la propia OMS y por los gobiernos de cada país, en función de la evolución de la situación sanitaria (Organización Mundial de la Salud (2020 b)).

En la Tabla 5 se puede observar cómo el volumen de publicaciones de todas las temáticas aumenta entre el primer trimestre y el segundo, pero posteriormente desciende hasta finalizar el año. La única excepción es la temática vacuna, que presenta un volumen estable de publicaciones los 3 primeros trimestres del año y muestra un claro crecimiento en el 4º trimestre, probablemente por el aumento constante de nueva información y noticias sobre los estudios sobre su efectividad, el inicio de la aplicación de estas y su evolución.

Tabla 5. Evolución temporal de las publicaciones por temática sobre COVID-19.

TEMÁTICA	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre
Características del virus	19,00%	34,00%	29,00%	18,00%
Contagios	33,33%	25,00%	19,44%	22,22%
Datos	11,11%	44,44%	27,16%	17,28%
Detección	11,11%	27,78%	38,89%	22,22%
Medidas	12,84%	41,28%	32,11%	13,76%
<i>Meta fact</i>	17,65%	56,30%	11,76%	14,29%
Mortalidad	28,21%	25,64%	33,33%	12,82%
No COVID	7,14%	50,00%	21,43%	21,43%
Origen	19,23%	42,31%	34,62%	3,85%
Otros/varios	24,27%	45,63%	15,53%	14,56%
Prevención	42,86%	40,82%	6,12%	10,20%
Situación del país	25,17%	48,95%	14,69%	11,19%
Teorías conspirativas	20,51%	43,59%	30,77%	5,13%
Tratamiento	15,75%	45,67%	28,35%	10,24%
Vacuna	14,78%	17,39%	18,26%	49,57%
TOTAL	19,87%	41,10%	21,87%	17,16%

Fuente: elaboración propia.

Estos resultados muestran como en el primer trimestre del año las temáticas Prevención y Contagios han sido las más tratadas. En el segundo trimestre se hace más difícil destacar un tema y son muchos los que tienen relevancia. En cambio, en el tercer trimestre son Detección, Medidas y Mortalidad los temas con más publicaciones. Por último, en el cuarto trimestre el contenido relacionado con la Vacuna el tema más tratado. Esto representa una cronología de la situación global de la pandemia en el ámbito iberoamericano.

En lo que respecta a la interacción en las publicaciones de cada temática relacionada los resultados no son tan concluyentes. Temáticas como Contagios, *Meta fact*, Origen, Otros/varios, Situación del país o Tratamiento tienen su pico de interacción durante el 2º trimestre, mientras otras como Características del virus, Detección o Prevención lo tienen en el 3º trimestre. De todas formas, se puede observar una tendencia decreciente de cara al cuarto trimestre en todas las categorías salvo en la de Vacuna, tal y como se observa en la Tabla 6, probablemente por ser la época del año en la que más se estaba hablando de este tema.

Tabla 6. Evolución temporal del engagement por temática sobre COVID-19.

TEMÁTICA	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre
Características del virus	0,14	0,32	0,42	0,13
Contagios	0,16	0,32	0,18	0,05
Datos	0,13	0,09	0,11	0,04
Detección	0,05	0,10	0,60	0,18
Medidas	0,12	0,20	0,17	0,20
<i>Meta fact</i>	0,18	0,20	0,18	0,03
Mortalidad	0,40	0,17	0,31	0,16
No COVID	0,24	0,22	0,06	0,01
Origen	0,16	0,50	0,26	0,03
Otros/varios	0,22	0,56	0,24	0,32
Prevención	0,23	0,17	0,62	0,05
Situación del país	0,16	0,24	0,20	0,02
Teorías conspirativas	0,35	0,34	0,33	0,07
Tratamiento	0,27	0,52	0,38	0,22
Vacuna	0,22	0,16	0,20	0,23
TOTAL	0,20	0,32	0,27	0,16

Fuente: elaboración propia.

4. Conclusiones y discusión

Los *fact-checkers* desempeñan un papel clave en la sociedad actual, sobre todo ante situaciones como la crisis sanitaria provocada por la COVID-19. Esta investigación ha permitido presentar los aspectos más verificados sobre la pandemia, la respuesta de los públicos ante esos contenidos y la evolución cronológica de las publicaciones sobre la COVID-19 realizadas por los verificadores iberoamericanos en la red social con más personas del mundo, Facebook.

En relación con el objetivo 1 (O1), que busca comparar los niveles de publicación e interacción en el contenido sobre la COVID-19 y el resto de los temas. Se ha comprobado que cerca del 40% de las publicaciones realizadas por los *fact-checkers* en Facebook en el año 2020 tratan directamente sobre la COVID-19, lo que pone en contexto el trabajo llevado a cabo para tratar de luchar contra la desinformación durante la pandemia. Se confirma así que el nivel de atención que los verificadores prestan a la infodemia no implica una disminución de las publicaciones sobre otros asuntos, sino un importante incremento del ritmo de publicación a partir de la declaración mundial de la pandemia en marzo de 2020 (Dafonte-Gómez *et al.*, 2022). También se ha observado que queda margen de mejora en la difusión de verificaciones: aunque los niveles de *engagement* son ligeramente más elevados en contenidos relacionados con la COVID-19, en el conjunto total de las publicaciones estos continúan siendo relativamente bajos. Así, el considerable esfuerzo de las entidades verificadoras por contrarrestar bulos y noticias falsas sobre la pandemia contrasta con la escasa interacción que alcanzan, lo que unido a la facilidad de difusión de la desinformación refleja un panorama poco alentador.

El análisis de las temáticas específicas (O2) muestra que los *fact-checkers* han abordado la pandemia desde una perspectiva amplia, atendiendo a aspectos muy diversos. Aunque la presente investigación distingue un mayor número de categorías que otros estudios, lo que dificulta la comparación de los resultados, sí se puede observar que temáticas como la situación del país, los tratamientos o las características del virus aparecen entre las más verificadas tanto en este como en otros análisis (García-Marín, 2020; Gutiérrez-Coba *et al.*, 2020; Patra y Pandey, 2021). En cambio, estudios como Almansa-Martínez *et al.* (2022) presentaban contenidos relacionados con las vacunas y el proceso de vacunación como los más difundidos y otros como Noain-Sánchez (2021) muestran las características del virus, vías de contagio, remedios y síntomas del virus los temas que más desinformación generan. En esta investigación, la categoría con mayor interacción es la de tratamientos, sobre la que tratan un 10% de las publicaciones, le siguen en interés otras como el origen del virus, las teorías conspirativas y la detección, que en conjunto apenas superan el 8% de las publicaciones sobre COVID-19. De todas formas, al existir diferencias entre la definición de las temáticas se presenta compleja una comparación de resultados más profunda.

Tras la comparativa realizada entre España y el resto de los países para observar cómo han evolucionado los contenidos publicados por los *fact-checkers* durante la pandemia ocasionada por la COVID-19 (O3), este estudio muestra niveles de *engagement* muy similares, siendo levemente superiores en los españoles. Esto se puede deber a la relevancia que las organizaciones europeas han tenido en el campo de la verificación de datos (García-Marín, 2020). Además, al centrar el análisis en el *engagement* recibido en función de la temática, se observan diferencias en las que en España las categorías de Detección y Teorías conspirativas centran la atención de la audiencia, mientras que el resto de los verificadores reciben más *engagement* en sus publicaciones sobre Tratamiento y Características del virus. Esto podría estar relacionado con los intereses y preocupaciones particulares de la población de cada región, resultados que son consistentes por los presentados por Martínez-Rolán *et al.* (2020).

Con relación al cuarto y último objetivo (O4), coincidiendo con lo apuntado en otros estudios (Brennen *et al.*, 2020; Dafonte-Gómez *et al.*, 2022), la investigación constata un evidente aumento en el volumen de publicaciones sobre el coronavirus en el segundo trimestre del año, en el período inmediatamente posterior a la declaración de la pandemia. Estos resultados también son consistentes con los obtenidos por Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa (2020), que muestran que la desinformación aumenta a medida que se va instalando la pandemia y se van tomando diferentes medidas de contención.

Como era de esperar, se ha observado una evolución cronológica de las temáticas sobre COVID-19 relacionada con la situación de la pandemia. En el primer trimestre del año los *fact-checkers* verifican principalmente contenidos relacionados con la Prevención y la evolución de los Contagios, en el segundo trimestre la variedad de temáticas es amplia y el volumen de publicación llega a su máximo. En el tercer y cuarto trimestre el volumen de publicación sobre la pandemia se reduce, aunque en los últimos meses los contenidos sobre la vacuna pasan a ser el tema más tratado.

Por lo que respecta al *engagement*, también se observa un pico en el segundo trimestre del año, lo que implica no solo una mayor actividad por parte de los *fact-checkers*, sino también un mayor interés por parte del público. Aunque la variación global pueda parecer pequeña, existen categorías específicas (Tratamiento, Origen, Contagios o Características del virus) que han obtenido resultados de *engagement* muy por encima de su promedio. Además, los resultados de interacción observados en el cuarto trimestre podrían sugerir un cansancio por parte de la población relativo a los contenidos relacionados con la COVID-19.

En síntesis, esta investigación muestra la capacidad de reacción de los *fact-checkers* iberoamericanos ante la pandemia atendiendo a una gran variedad de temáticas relacionadas con la COVID-19. Pese a ello, su respuesta podría haber sido mejorable prestando especial atención a los intereses de su audiencia para poder ayudar en mayor medida a la sociedad ante situaciones como una crisis sanitaria.

Cabe mencionar, como limitación del estudio, que la disección de las temáticas específicas no aporta información suficiente sobre los intereses y las posibles motivaciones a la hora de interactuar con los contenidos. Por este motivo, se sugiere como línea futura de investigación un análisis detallado de las características formales y narrativas de los publicaciones más compartidos y comentados, que, en este contexto, puede proporcionar claves para determinar qué elementos contribuyen incrementar el interés de las personas y, por tanto, la capacidad de viralización de los contenidos que luchan contra la desinformación. Así mismo, se plantea el interés de replicar este estudio en otras redes sociales como Twitter e Instagram, para comprobar las similitudes y diferencias en los patrones de publicación y el nivel de repetición de verificaciones que existe entre las diferentes redes.

5. Apoyo

Este estudio 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).

Esta investigación está cofinanciada con fondos del “Programa de axudas á etapa posdoutoral da Xunta de Galicia” (Consellería de Educación, Universidade e Formación Profesional).

6. Referencias

- Almansa-Martínez, A., Fernández-Torres, M. J. y Rodríguez-Fernández, L. (2022). Desinformación en España un año después de la COVID-19: Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 183–200. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1538>
- Amoedo, A., Vara-Miguel, A., Negredo, S., Moreno, E. y Kaufman, J. (2021). *Digital News Report España 2021*. Center for Internet Studies and Digital Life. <https://bit.ly/3EclOje>
- Andersen, K. G., Rambaut, A., Lipkin, W. I., Holmes, E. C. y Garry, R. F. (2020). The proximal origin of SARS-CoV-2. *Nature Medicine*. 26(4), 450–452. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-0820-9>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York, USA. NY: Harper.
- 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), 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. y Nielsen, R. K. (2020, abril 7). Types, sources and claims of Covid-19 misinformation. *Reuters Institute*. <https://bit.ly/3q9KFzb>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impacto del Covid-19 en el sistema de medios. Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote. *El profesional de la información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Cohen, J. (2020, febrero 19). Scientists “Strongly Condemn” Rumors and Conspiracy theories about Origin of Coronavirus Outbreak. *Science Magazine*. <https://bit.ly/3p35Wef>
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and psychological measurement*, 20(1), 37-46. <https://doi.org/10.1177%2F001316446002000104>
- CrowdTangle Team (2020). *CrowdTangle*. Menlo Park, USA: Facebook. <https://bit.ly/3GRCcqT>
- Dafonte-Gómez, A., Míguez-González, M. I. y Martínez-Rolán, X. (2022b). Los fact-checkers iberoamericanos frente a la COVID-19. Análisis de actividad en Facebook. *Observatorio (OBS*)*, 16(1). IN PRESS. <https://doi.org/10.33767/osf.io/fs4aq>
- Dafonte-Gómez, A., Míguez-González, M.I. y Ramahí-García, D. (2022a). Fact-checkers on social networks: Analysis of their presence and content distribution channels. *Communication & Society*, 35(3), 73-89. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.73-89>
- Fighting the Infodemic: The #CoronaVirusFacts Alliance*. (2020). Poynter. <https://bit.ly/3DZu5a0>
- Freberg, K., Palenchar, M. J. y Veil, S. R. (2013). Managing and sharing H1N1 crisis information using social media bookmarking services. *Public relations review*, 39(3), 178-184. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.02.007>
- García-Marín, D. (2020). Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la Covid-19. *Profesional de la Información*, 29(4), 1-20. Scopus. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.11>

- Graves, L. y Mantzarlis, A. (2020). Amid political spin and online misinformation, fact checking adapts. *The Political Quarterly*, 91(3), 585-591. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12896>
- Gutiérrez-Coba, L. M., Coba-Gutiérrez, P. y Gómez-Díaz, J. A. (2020). Las noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: Análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2020(78), 237-264. Scopus. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>
- Hansson, S., Orru, K., Torpan, S., Bäck, A., Kazemekaityte, A., Meyer, S. F., Ludvigsen, J., Savadori, L., Galvagni, A. y Pigrée, A. (2021). COVID-19 information disorder: Six types of harmful information during the pandemic in Europe. *Journal of Risk Research*, 24(3-4), 380-393. Scopus. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1871058>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Madrid, España. McGraw Hill.
- Hollowood, E. y Mostrous, A. (2020, marzo 23). *Fake news in the time of C-19*. Tortoise. <https://bit.ly/3yzCW0S>
- Infodemic COVID-19 in Europe: A Visual Analysis of Disinformation*. (2020). AFP, CORRECTIVE, Pagella Política/Facta, Maldita.es, Full Fact. <https://bit.ly/3F5Srjv>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Buenos Aires, Argentina. Paidós.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. New York, USA. SAGE Publications Inc.
- Larson, H. J. (2020). A lack of information can become misinformation. *Nature*, 580(7803), 306. <https://doi.org/10.1038/d41586-020-00920-w>
- López-Pujalte, C. y Nuño-Moral, M. V. (2020). La “infodemia” en la crisis del coronavirus: Análisis de desinformaciones en España y Latinoamérica. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(3), e274-e274. <https://doi.org/10.3989/redc.2020.3.1807>
- Martínez-Rolán, X., Míguez-González, M. I. y García-Crespo, O. (2021). Fact-checkers iberoamericanos en Facebook: análisis de interacciones y comunidad en 2020. In *Digital media: el papel de las redes sociales en el ecosistema educacional en tiempos de Covid-19* (449-470). Madrid, España. McGraw-Hill Interamericana de España.
- Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E. y Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: Sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El profesional de la información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- Mitchell, A. y Oliphant, J. B. (2020, marzo 18). Americans Immersed in COVID-19 News; Most Think Media Are Doing Fairly Well Covering It. *Pew Research Center*. <https://pewrsr.ch/30CmOPR>

- Neto, M., Gomes, T. D. O., Porto, F. R., Rafael, R. D. M. R., Fonseca, M. H. S. y Nascimento, J. (2020). FAKE NEWS NO CENÁRIO DA PANDEMIA DE COVID-19. *Cogitare Enfermagem*, 25. <https://doi.org/10.5380/ce.v25i0.72627>
- Newman, N., Fletcher, R., Schultz, A., Andi, S., Robertson, C. T. y Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/3xBCbo9>
- Noain-Sánchez, A. (2021). Desinformación y Covid-19: Análisis cuantitativo a través de los bulos desmentidos en Latinoamérica y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 879-892. <https://doi.org/10.5209/esmp.72874>
- O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19*. (2020). Avaaz. <https://bit.ly/323W0bK>
- Ofcom (2020, abril 9). *Half of UK Adults Exposed to False Claims about Coronavirus*. <https://bit.ly/3e3hPLa>
- Organización Mundial de la Salud (2020 a, mayo 5). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Mythbusters*. <https://bit.ly/3meA58B>
- Organización Mundial de la Salud (2020 b, abril 27). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. <https://bit.ly/3E1nLBX>
- Patra, R. K. y Pandey, N. (2021). Disinformation on Novel Coronavirus (COVID-19): A Content Analysis of News Published on Fact-checking Sites in India. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 41(4), 275–283. <https://doi.org/10.14429/djlit.41.4.16556>
- Peña-Ascacibar, G., Bermejo-Malumbres, E. y Zanni, S. (2021). Fact checking durante la COVID-19: Análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia. *Revista de Comunicación*, 20(1), 197-215. Scopus. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A11>
- Posetti, J. y Bontcheva, K. (2020). Desinfodemia. Descifrando la desinformación sobre el COVID-19. *Policy Brief 1*. UNESCO. <https://bit.ly/3F8jPNU>
- Quintana Pujalte, L. y Pannunzio, M. F. (2021). Fact-checking en Latinoamérica. Tipología de contenidos virales desmentidos durante la pandemia del coronavirus. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 26, 27-46. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e178>
- Ramon-Vegas, X., Mauri-Ríos, M. y Rodríguez-Martínez, R. (2020). Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19. *Hipertext.net*, 21, 79-92. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.07>
- Rodríguez Ruiz, Ó. (2005). La triangulación como estrategia de investigación en ciencias sociales. *Revista madri+ d*, (31), 2. <https://bit.ly/3q4cTey>
- Roozenbeek, J. y Van der Linden, S. (2019) Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(65), 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>

- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, B., López-Goñi, I. y Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Profesional de la Información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez-Duarte, J. M. y Magallón-Rosa, R. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*, 31-41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Suárez, E. (2020, marzo 31). How fact-checkers are fighting coronavirus misinformation worldwide. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://bit.ly/3yATdCQ>
- Tarullo, R. y Gamir-Ríos, J. (2022). Asustar para desestabilizar: Desinformación sobre la COVID-19 en Argentina y España. *Cuadernos.info*, (52), 47-68. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.42915>
- Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T. y Suárez-Álvarez, R. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos.info*, (49), 192-214. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27875>
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L. y Morag, Y. (2020). *Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom*. *Political Communication*, 37(3), 350-375. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>
- We are social y Hootsuite (2022). *Digital 2022. Global digital overview*. <https://bit.ly/3p4x6BH>