


La formación en verificación en España: análisis de la demanda profesional frente a la oferta de grado

Fact checking training in Spain: analysis of professional demand versus undergraduate supply

<https://doi.org/10.56418/txt.17.2.2023.1>

Eduardo Castillo Lozano

 <https://orcid.org/0000-0003-1726-2712>

[ecastill@nebrija.es]

Universidad Nebrija (España)

Mercedes Herrero de la Fuente

 <https://orcid.org/0000-0002-5361-9056>

[mherrero@nebrija.es]

Universidad Nebrija (España)

Marta Saavedra Llamas

 <https://orcid.org/0000-0002-7762-9996>

[msaavedr@nebrija.es]

Universidad Nebrija (España)

Recibido: 06-09-2023

Aceptado: 17-11-2023

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



Resumen

El aumento de la desinformación es uno de los mayores peligros a los que se enfrentan las sociedades, ya que induce al engaño y constituye una violación de los derechos humanos. La ONU reconoce el trabajo de los periodistas para contrarrestar esta tendencia y su esfuerzo para encontrar noticias falsas y sensibilizar sobre ellas. El presente estudio establece la necesidad de un periodista verificador para poder combatir la situación de desinformación y analiza si la universidad española está ofertando la formación requerida por esta situación social. Para ello se ha llevado a cabo un análisis cualitativo, con entrevistas en profundidad a verificadores que determinen el estado de su profesión, y un análisis cuantitativo de la oferta de grado de la universidad española. La investigación muestra la distancia entre las necesidades de los medios y la oferta académica, así como la ausencia de esta última en los procesos de alfabetización digital.

Palabras clave: verificación, desinformación, periodismo de datos, formación en Periodismo, universidad

Abstract

The rise of misinformation is one of the greatest dangers facing societies as it induces deception and constitutes a violation of human rights. The UN recognizes the work of journalists in countering this trend and their efforts to find and raise awareness of *fake news*. This study establishes the need for a journalist trained in verification to be able to combat the situation of disinformation and analyzes whether Spanish universities are offering the training required by this social situation. For this purpose, a qualitative analysis has been carried out, with in-depth interviews with *fact checkers* to determine the state of the profession and a quantitative analysis of the Spanish university degree offer. The research shows the distance between the needs of the media and the academic offer, as well as the absence of the latter in the digital literacy processes.

Keywords: fact checking, disinformation, data journalism, journalism education, university

Sumario: 1. Introducción. 1.1. La desinformación en la era digital: un reto y una oportunidad para los medios. 2. Metodología. 3. Análisis y resultados. 3.1. Habilidades y competencias en la verificación frente a la desinformación. 3.2. Oferta de grado para la formación en verificación. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias.

1. Introducción

Tal y como afirma el secretario general de la Organización de Naciones Unidas (ONU), Antonio Guterres, “contrarrestar la desinformación requiere una inversión duradera en el desarrollo de la resiliencia social y la alfabetización mediática e informacional” (ONU, 2022), y remarca el carácter urgente de la acción. Este fenómeno no es un tema novedoso, pero la explosión de informaciones falsas, imprecisas o tergiversadas surgida en los últimos años, como consecuencia del desarrollo tecnológico de las comunicaciones, puede hacernos pensar que asistimos a un fenómeno reciente, nacido en tiempos cercanos y con “unas características eminentemente contemporáneas” (Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa, 2023, p. 238).

Además, apunta Magallón-Rosa (2020) que las pandemias, las catástrofes naturales o los conflictos bélicos generan un aumento de la intensidad informativa y, por tanto, de los escenarios de incertidumbre, miedo y desinformación por lo que atravesamos una época acelerada del fenómeno. La pandemia por COVID, la guerra de Ucrania, los movimientos ultras y populistas que recorren el globo, la preocupación por el cambio climático y un sinnúmero de episodios recientes han alimentado el auge de la desinformación en la segunda década del siglo XXI.

Cabría, en primer lugar, diferenciar entre “desinformación” e “información errónea” (Posetti y Bontcheva, 2020, p. 2). Este último se refiere a la difusión accidental de información inexacta y cuya difusión no obedece a intereses concretos, mientras que la desinformación, según la ONU, además de ser inexacta “tiene por objetivo engañar y se difunde con el fin de causar graves prejuicios” (2022, p. 2).

Fetzer (2004) remarca la voluntad de engañar como principal característica de la desinformación, con el objetivo de manipular deliberadamente. El grupo de trabajo de la Unión Europea sobre noticias falsas añade que, además de la intencionalidad de infligir un daño público, también se contempla el ánimo de lucro de sus responsables, lo que implica el diseño previo de una estrategia (Comisión Europea, 2018).

Aun así, sigue sin existir una definición clara del término, ni una postura común sobre su significado. Advierte la ONU (2022) que no deben restringirse, bajo el pretexto de combatir la desinformación, las expresiones que bajo el prisma de la “ironía, sátira, parodia o humor” buscan cuestionar o incluso ridiculizar las normas individuales o sociales, ya que podría implicar la censura de contenidos artísticos, científicos y periodísticos. En este sentido, hoy se vive una peligrosa deriva en la que las opiniones contrarias o críticas con determinadas ideas o postulados, aun siendo debidamente argumentadas y referenciadas, son consideradas “desinformación”, precisamente por quienes participan de ella.

La desinformación puede tener diversos motivos, desde los políticos e ideológicos hasta los comerciales, pasando por una combinación de todos ellos. Para Rodríguez-Pérez (2019), el verdadero riesgo no radica en el sitio natural en el que se producen, sino en cómo infectan la agenda mediática tradicional y entran de lleno en las corrientes de opinión y en el debate público, con temas que afectan directamente a cuestiones políticas y sociales (inmigración, feminismo, estado social, etc.). Según el Alto Comisionado para los Derechos Humanos de Naciones Unidas (2022), la desinformación no existe sobre el vacío, sino que nace a partir de un contexto de desigualdad sistémica, con una discriminación profundamente arraigada, una debilitación cada vez mayor de las instituciones y una pérdida de confianza en las estructuras de gobierno.

1.1. La desinformación en la era digital: un reto y una oportunidad para los medios

Pero este fenómeno no podría entenderse en su contexto actual si no se atiende al desarrollo tecnológico y el cambio hacia una era digital en la que ha encontrado un espacio amplificador, que la convierte en una amenaza aún más peligrosa para la humanidad. En efecto, la forma en que hoy nos relacionamos con la información está en la base del desarrollo actual de la desinformación y su rápido crecimiento en cuanto a actividad se refiere. Apunta Castells-Oliván (1997) que la difusión de la tecnología se amplifica cuando los usuarios la asumen y la redefinen; no sólo cuando aplican herramientas, sino cuando desarrollan procesos. Por eso, la desaparición de la unidireccionalidad a la hora de emitir mensajes, hasta entonces bajo el monopolio de los medios de comunicación, y el nacimiento de la figura del prosumidor, un ciudadano que no sólo consume productos informativos o de entretenimiento, sino que los produce, provocan un replanteamiento en el tipo de producto informativo que ofrecen los medios de comunicación (Jordán-Correa *et al.*, 2017).

Este cambio en cuanto a los contenidos, sumado a la crisis de modelo del negocio tradicional de los medios, contribuye a una precarización de la actividad informativa, al verse alteradas las estructuras de los medios y los procesos de trabajo de los profesionales de la información. Carratalá-Simón (2022) identifica la precarización del desempeño periodístico como otra de las causas de la irrupción de la desinformación. Las condiciones laborales impactan en la calidad informativa y en las rutinas de trabajo, que comienzan a omitir el contraste de fuentes y la verificación de la información. En el ámbito del periodismo digital, la búsqueda del clic por medio de titulares engañosos o cebo *-clickbait-* propicia también el crecimiento de la desinformación. Carratalá-Simón (2022) se pregunta si los medios de comunicación son responsables, en parte, al desentenderse de su labor esencial y clásica de verificación de las informaciones que publican. Y es que, según el estudio de Dafonte-Gómez *et al.* (2022: 83), apenas un tercio de las entidades o verificadores vinculados a la *International Fact Checking Network* (IFCN) depende de medios de comunicación o agencias de noticias. El grueso del ecosistema de verificación se encuentra principalmente en agencias especializadas, que desde 2018 y, particularmente en la pandemia, han vivido un crecimiento exponencial. El *Duke Reporter's Lab* cifra en 417 las agencias centradas en verificación en 2023.

Por otro lado, la dependencia financiera de los grupos de influencia económica y política provoca una desconfianza cada vez mayor de la ciudadanía en los medios de comunicación. Como se afirmaba anteriormente, la desinformación se sustenta, entre otros escenarios, sobre la debilidad de las instituciones, restándoles credibilidad.

Según el *Digital News Report España*, aumenta el porcentaje de españoles con cada vez menos confianza en las noticias que consumen (39%), frente a los que se fían de la información recibida (32%). Por primera vez desde que se pregunta por la credibilidad de las marcas periodísticas, ninguna de las estudiadas en el informe goza de la confianza de más del 50% de los participantes en la encuesta (Vara-Miguel *et al.*, 2022, p. 12). En este sentido, existen iniciativas como la *Journalism Trust Initiative* (JTI) que ofrece un sello de calidad a los medios para promover el periodismo de confianza.

Carratalá-Simón sostiene que está demostrado que la propagación y resonancia de los contenidos falsos supera de largo la difusión de noticias fidedignas, algo favorecido por lo que denomina “tiempos de compartir y retuitear a golpe de clic” (2022, p. 2).

Ante esta situación, es necesario que el profesional de la información esté formado en verificación y que los medios inviertan en esta acción. López-López *et al.* (2023) señala que los periodistas deben revisar sus rutinas, especialmente en lo relativo al chequeo de las fuentes, y González-Urbaneja (2020) recuerda que la acción de verificación de la información es uno de los principios básicos de la actividad periodística. Estima este autor que esos principios deontológicos recogidos en numerosos códigos vigentes de distintos países, entre ellos España, se resumen en: búsqueda de la verdad, verificación de la información -que implica las acciones de comprobar, contrastar, distinguir o aclarar, entre otras- relevancia y proporcionalidad, distinción entre opinión y publicidad, lealtad al ciudadano y capacidad de rectificación.

Sobre la verificación, González-Urbaneja (2020) abunda:

La búsqueda diligente de la verdad exige aplicar el principio, el método y la disciplina de la verificación. Comprobar, contrastar, distinguir, aclarar... son elementos y exigencias esenciales para el buen trabajo profesional. El periodista lo es en cuanto que verifica, no da por bueno lo que le cuentan, lo que lee u oye, lo que dicen o escriben otros. Verificar supone escepticismo frente a lo verosímil, lo posible o probable. Verificar requiere formación, experiencia, conocimientos, más que nunca en la nueva era digital, en la que abundan los excesos y las trampas. También las oportunidades. Verificar requiere técnica y profesionalidad.

Así, en plena era de infodemia, se erige la figura del *fact checker* para realizar el trabajo de comprobación, contraste, distinción y aclaración sobre informaciones y contenidos en general, que se han realizado más allá del contexto informativo, especialmente en las redes sociales. Gu, Kropotov y Yarochkin (2017) identifican estas como un factor imprescindible para el éxito de cualquier campaña de desinformación. Durante la pandemia por COVID la mayoría de los bulos se difundían a través de comunidades virtuales, predominantemente *Facebook* (76,67%) y *Twitter* (60%), pero también por *WhatsApp* (33,33%), *Instagram* (6,67%) y *YouTube* (3,33%) (López-Martín, Córdoba-Cabús, 2021, p. 516). Esto implica la necesidad de que los periodistas se apoyen en las nuevas tecnologías, en concreto las relacionadas con las redes sociales, para llevar a cabo acciones de verificación (Paniagua-Rojano y Rúas-Araújo, 2023).

A la difusión en redes sociales se unen otros rápidos desarrollos tecnológicos que influyen tanto en el crecimiento de esta amenaza como en las posibilidades de hacerla frente. La IA está detrás de una nueva

técnica de desinformación y engaño conocida como *deepfake*, ya que permite la generación de imágenes, vídeos y sonidos -voces- realistas que simulan la apariencia y el habla de los seres humanos creando así un nuevo escenario de inseguridad (García-Ull y Quirós-Fons, 2022). Esta amenaza es especialmente grave en las informaciones sobre conflictos armados, como se ha experimentado en los últimos meses en las noticias sobre el conflicto ruso-ucraniano (García-Marín y Salvat-Martinrey, 2023) y más recientemente sobre la situación en Israel y Gaza.

El concepto de verificación se refuerza en la era digital y se caracteriza por llevar a cabo una actividad sistemática de comprobación de declaraciones de políticos, instituciones e informes (Walter *et al.*, 2020). Esta labor se ha ido ampliando a la comprobación de los contenidos que se divulgan en la esfera pública, independientemente del emisor que los transmita -y de su relevancia pública- (Dafonte-Gómez *et al.*, 2022).

Los medios de comunicación y los periodistas tienen la oportunidad de reencontrarse con el público a través de la lucha contra los bulos y el uso de herramientas de verificación, ya que generan una mayor credibilidad y pueden devolver a los usuarios la confianza en la prensa (Terol-Bolinches y Alonso-López, 2020). Como afirman Tuñón-Navarro y Sánchez-Del-Vas (2022), se ha constatado que el *fact checking* es una herramienta muy eficaz para combatir la desinformación. Igualmente, esta misión puede ayudar a combatir determinadas lacras que afectan hoy a la opinión pública, como la polarización, la desafección, el escepticismo (D'Ancona, 2019).

Los profesionales de la información cuentan también con una ocasión de mejorar sus habilidades y, en consecuencia, su empleabilidad (Ufarte-Ruiz *et al.* 2018), al especializarse en el uso de herramientas específicas de *fact checking* y en ámbitos para la monitorización y verificación de datos (Rodríguez-Fernández, 2019), si bien esto supone un esfuerzo añadido en su formación (Aparici-Marino *et al.* 2019).

Como hemos mencionado, la convergencia digital y la era del *big data* han favorecido la irrupción de nuevos perfiles, como el periodista de datos, cuyas competencias y habilidades se enmarcan en el manejo de tecnologías de programación, rastreo, verificación y visualización de datos (Ferrerías Rodríguez, 2013; López-García *et al.*, 2016). De la figura del periodista de datos emanan otros perfiles demandados por la industria, entre los que se encuentra el verificador de la información, además del visualizador o el analista de datos (Castillo-Lozano, 2023; Saavedra *et al.* 2023).

2. Metodología

El objetivo de este estudio es conocer las habilidades y competencias necesarias que requiere un verificador de noticias falsas y ponerlas en contraste con la oferta formativa específica que se incluye en los títulos de Grado en Periodismo de las universidades españolas. Analizamos si la universidad está colaborando de manera activa a formar profesionales cualificados, que cubran la demanda existente en el mercado laboral, aprovechen las oportunidades de desarrollo en este ámbito y contribuyan desde los medios a enfrentar la desinformación.

La primera fase de la investigación es de carácter descriptivo y se basa en un estudio exploratorio de carácter bibliográfico y documental. Parte de la localización, estudio y análisis de fuentes primarias y secundarias relacionadas con la desinformación, el papel de los medios de comunicación, las políticas públicas en la lucha contra las noticias falsas y las iniciativas periodísticas para erigirse en la vanguardia de la lucha contra estas.

La segunda fase tiene como meta abordar mediante la técnica de la entrevista en profundidad las características, competencias y necesidades formativas que debe tener un periodista verificador y el trabajo que se lleva a cabo desde agencias y medios especializados. Al tratarse de una práctica reciente y muy ligada a la tecnología, no existen guías académicas que prevean salidas laborales vinculadas, ni textos científicos específicos sobre las habilidades de un *fact checker*. Por ello se recurre a la entrevista en profundidad, ya que nos va a permitir mantener una conversación científico-profesional a través de la cual podemos obtener información que nos ayude a analizar un contexto social (Peña-Moya, 2013).

Para la selección de interlocutores se parte de la necesidad de que todos ellos sean periodistas en activo y estén encuadrados en grupos o medios de verificación, o hayan liderado equipos dentro de los mismos, de tal manera que puedan explicar las funciones, las competencias de esta actividad y las herramientas y habilidades necesarias para llevar a cabo este trabajo. Igualmente se pretende conocer qué formación consideran necesaria para integrar en sus equipos a futuros especialistas en verificación.

Se presentan ahora los consultados (seis), ordenados por orden alfabético a los que se les otorga un código de identificación para facilitar el volcado de información y la utilización de sus *verbatim* en los resultados.

Tabla 1. *Expertos en verificación que forman el grupo de discusión.*

Experto	Medio	Perfil	Código
Calle, Ignacio	<i>Público.es</i>	Director de Investigación y Datos	E1
Díaz-Merry, Borja	<i>RTVE</i>	Responsable de Verifica <i>RTVE</i>	E6
Escalona, Patricia	<i>Antena 3</i>	Responsable de Verifica <i>A3N</i> , división de verificación de los informativos	E2
García, Desirée	Agencia <i>EFE</i>	Responsable de <i>EFVerifica</i> , división de verificación de la agencia de noticias	E3
Hernández, Pablo	<i>Maldita</i>	Director de Investigación académica	E5
Martín, Alba	<i>Newtral</i>	Periodista especializada en datos, visualización e infografía de esta agencia del área	E4

Fuente: elaboración propia.

El estudio contempla una tercera fase de investigación cuantitativa ejecutada a través de la técnica del análisis de contenido y que persigue conocer la formación específica en verificación que ofrece el catálogo oficial de formación de los Grados en Periodismo de las universidades españolas. Esta técnica es muy práctica para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de una realidad a partir de

categorías (Berelson, 1952). La técnica del análisis de contenido se aplica a la información depositada en las guías docentes publicadas en las páginas webs de las titulaciones de grado ofertadas en el curso 2022/23 y que están presentes en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT).

El patrón de análisis señala dos categorías: identificación del programa y observación del título con relación a la materia objeto de análisis. Para la primera de ellas se tiene en cuenta la denominación, universidad, titularidad, año de verificación y registro sobre la última modificación, mientras que para la segunda se analizarán asignaturas, número de créditos, carácter, contenidos y competencias.

De esta manera, a partir del RUCT, al que se puede acceder de manera digital, se han analizado todos los grados que incluían el término “periodismo” en su denominación y se localizan un total de cuarenta.

Tabla 2. Muestra de estudio grado. Curso final de análisis (2022/23).

Nivel	Denominación	Universidad	Nº	Representación
Grado	Periodismo	A Distancia de Madrid	38	95%
		Abat Oliba CEU		
		Antonio de Nebrija		
		Autónoma de Barcelona		
		Cardenal Herrera-CEU		
		Carlos III de Madrid		
		Castilla-La Mancha		
		Católica San Antonio		
		Complutense de Madrid		
		Extremadura		
		Europea de Madrid		
		Europea del Atlántico		
		Europea Miguel de Cervantes		
		Fernando Pessoa-Canarias		
		Francisco de Vitoria		
		Internacional de Catalunya		
		Internacional Isabel I de Castilla		
		Internacional Villanueva		
		Jaume I de Castellón		
La Laguna				

	Málaga Miguel Hernández de Elche Murcia Navarra País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea Pompeu Fabra Pontificia Comillas Pontificia de Salamanca Rey Juan Carlos Rovira i Virgili San Jorge San Pablo-CEU Santiago de Compostela Sevilla Valencia Valladolid Vic-U. Central de Catalunya Zaragoza		
Comunicación y Periodismo Audiovisuales	Lleida	1	2,5%
Periodismo y Comunicación Corporativa	Ramón Llull	1	2,5%

Fuente: elaboración propia.

3. *Análisis y resultados*

A continuación, se expondrán las aportaciones que los expertos en verificación han compartido en las entrevistas y que tratan de delimitar las necesidades actuales que tienen los medios de comunicación y las agencias de verificación, así como los conocimientos, habilidades y herramientas concretas que consideran necesarias para que los periodistas puedan desempeñar ese perfil específico. Con posterioridad se analizará la propuesta de asignaturas concretas en *fact checking* en los Grados en Periodismo de la universidad española para ver si oferta y demanda coinciden y si se está dotando a los

futuros profesionales del periodismo de habilidades que los hagan más empleables y puedan contribuir al objetivo global de luchar contra la desinformación.

3.1. *Habilidades y competencias en verificación frente a la desinformación*

En la era del *big data*, la generación masiva de información requiere de especialistas capaces de encontrar, limpiar, ordenar y darle sentido y forma periodística a esos datos (Sandoval-Martín y La Rosa-Barrolleta, 2018; Saavedra-Llamas *et al.*, 2020). Y entre los perfiles capaces de manejar grandes cantidades de datos, concretamente los que circulan por las redes sociales y medios digitales, y ponerlos en contraste y perspectiva con herramientas especializadas se encuentra el del periodista verificador.

El *fact checker* es considerado el perfil más transversal dentro de la cualificación en datos, pero requiere de una serie de cualidades, habilidades y conocimientos de programas específicos, que utiliza para combatir la proliferación de las noticias falsas y que hacen que tenga un punto diferencial sobre el resto (Castillo-Lozano *et al.*, 2022).

Nuestros entrevistados inciden en la expansión del periodismo de datos en general y, en concreto, de las labores de verificación. Para Desirée García, responsable de *EFEVerifica* de la *Agencia EFE* (E3), la disciplina del periodismo de datos va a crecer mucho, “ha empezado a tener mucha fuerza y la verificación es una parte de este periodismo, porque trabajamos con herramientas de visualización y con datos que están en internet”.

Por su parte, Patricia Escalona, responsable de *VerificaA3N* en *Antena 3 Noticias* (E2), considera que el *fact checking* tiene mucho recorrido, pues tanto en los informativos de televisión, en todas sus ediciones, como en el área digital “ofrecemos datos, es decir, nuestros periodistas salen en imagen explicando algún tema con datos”. Como otros consultados, considera que el *fact checking* es un añadido al trabajo periodístico.

Sobre la especificidad de la especialización se pronuncia Alba Martín, periodista de la agencia de verificación *Newtral* (E4) -adscrita a la IFCN- ya que el trabajo que desarrollan en la organización contempla tres líneas de negocio: “una para la producción audiovisual, otra para las nuevas narrativas en redes sociales y una tercera para la verificación de datos”. Coincide con otros expertos en que, ante la sobre abundancia de información, la cualificación en datos permite a los periodistas “tener una serie de herramientas que facilitan su labor diaria”. “El análisis de los datos aporta rigurosidad y una visión más amplia en un mundo que vive una explosión de información”, completa.

Pablo Hernández, director de Investigación académica de *Maldita* (E5), considera que el *fact checker* se diferencia de la labor cotidiana de los medios de comunicación en que los primeros se encargan de revisar y seleccionar las historias que suceden en el mundo “mientras que nosotros nos encargamos de revisar aquello sobre lo que está hablando el público, especialmente en redes sociales, y que está generando confusión o directamente contenidos falsos”.

Sin embargo, Borja Díaz-Merry, responsable de *VerificaRTVE*, defiende que la verificación “es periodismo”, y que si se acometiesen las labores básicas de comprobación a la hora de realizar o difundir información “parte de los problemas que afrontamos no deberían existir”.

Con todo, los participantes en nuestra investigación señalan que se trata de una disciplina que atrae las miradas del sector y que cada vez son más numerosos los medios interesados en contar con equipos propios. Ignacio Calle, director de Investigación y Datos de *Público.es* (E1), apunta que “existe una demanda de las empresas y, por otro lado, es una especialización cada vez más solicitada por los medios”.

“Ahora mismo hay mucho más interés de empresas que quieren entrar en la IFCN y muchos medios están creando sus propios equipos de datos y verificación”.

Tal y como concluyen Herrero-De-La-Fuente *et al.* (2022), el periodismo de datos se erige como una herramienta eficaz para combatir la desinformación, un fenómeno que, como se ha constatado anteriormente, encuentra en las redes sociales un amplificador excelente de los contextos de incertidumbre que vive la humanidad. E3 explica que *EFeverifica* centra su actividad “en contenidos que se viralizan en las redes sociales o en internet, que son falsos o engañosos. Trabajamos contextualizando asuntos o temas que pueden generar polémica o polarizar a la ciudadanía”. Considera E5 que la desinformación se adapta constantemente y que “sigue la pista del debate y del público, y este se encuentra hoy en las redes sociales.”. Añade que son el espacio comunicativo donde deben estar los medios de comunicación y los *fact checkers* de la información, de ahí que considere fundamental que la formación académica se dirija hacia ese entorno. Para E6 las redes sociales contribuyen al trabajo de la verificación, al favorecer la identificación de vídeos, pero también inciden en el actual ecosistema de desinformación “incluidas aplicaciones de mensajería, como *Whatsapp* o *Telegram*”. E3 asegura que “trabajamos en redes y sobre el discurso político, sobre todo cuando salta a las redes sociales, ya que sus contenidos tienen mucho impacto en la opinión pública”.

En efecto, la política figura entre los temas que generan más división y controversia. E1 cree que, en este contexto, la verificación posee notable recorrido y muchos quieren entrar en ella, y reconoce que se ha producido un aumento considerable de la oferta: “Pero no creo que exista campo para todos. Hay que invertir en monitorización de redes sociales, en seguimiento de políticos. Tiene que haber una unidad para aprender a manejar los datos”. Por el contrario, E6 incide en la idea de que estas labores las puede cubrir el propio periodista y que hay medios que, aunque no tengan un departamento específico, sí cuentan con capacidad de hacer *fact checking* “con sus equipos de investigación”. Sobre las capacidades de los periodistas en su labor de verificación de la información, E1 señala que desde hace años los periodistas de su medio utilizan la llamada *TJ Tool*, una herramienta que da trazabilidad a las noticias y que permite conocer la autoría, la atribución de fuentes y el interés editorial, entre otras cosas, de la información que publican. “Es muy útil para que nuestros redactores revisen su información antes de publicar y el lector pueda supervisar cómo hemos realizado esa noticia”.

Esta especialización brinda una oportunidad doble para el periodismo y para el periodista. Por un lado, la profesión se puede volver a erigir en garante de la verdad y contribuir con iniciativas de liderazgo en alfabetización mediática para recuperar su prestigio entre la sociedad. E3 cree que ese debe ser el camino:

Cualquier medio de comunicación debe tener un equipo de verificación de datos. A raíz de la pandemia, hay mucha necesidad de atajar la expansión de la desinformación. Este es el trabajo fundamental y tenemos iniciativas de colaboración en temas de educación, alfabetización mediática, organización de foros y seminarios para sensibilizar con el tema al tiempo que activamos proyectos europeos para investigar este fenómeno.

Por otro, el periodista especializado en datos y verificación tiene unas expectativas laborales y de desarrollo laboral mucho más amplias que otras ramas de la información. “De cara a la dirección de un medio y a su estrategia empresarial es mucho más interesante un profesional con habilidades y competencias en periodismo de datos que otro que no las tenga”, considera E1. Por su parte, E2 también cree que los cualificados en la materia son mucho más empleables:

Cada día tocamos más temas que requieren de periodistas que saben de datos y profesionales con estos conocimientos. Asuntos, por ejemplo, sobre incidencia de enfermedades, que generan muchos datos, son más proclives a ser desarrollados por estos periodistas.

Los desarrollos actuales ya están perfilando las necesidades futuras: “También hay que visualizar las verificaciones y en nuevos formatos, como *podcast*, o formatos de vídeo” (E3). Este aspecto es fundamental para E6, puesto que hoy la desinformación se desenvuelve en terreno audiovisual y hay que “tener capacidad de identificar y desmontar vídeos falsos”. Considera que este es uno de los grandes retos a los que se enfrentan los periodistas ya que, recuerda, “la viralización no es un indicio de veracidad”.

Por ello, los expertos demandan que la universidad contemple desde etapas tempranas y no sólo desde el posgrado, una formación específica en periodismo de datos que pueda dotar de habilidades, competencias y herramientas de verificación a los futuros egresados en periodismo. A día de hoy, explica E1, la formación que se imparte en las universidades es escasa y los recién egresados adolecen de los conocimientos necesarios “lo que en ocasiones les obliga a cursar un máster especializado”.

Estas competencias son necesariamente complementarias a las competencias básicas que se les debe exigir a los periodistas: “contar historias, tener contacto con sus fuentes, salir y buscar información, ser curioso y autodidacta (E1); “uso y contraste de fuentes, criterio periodístico” (E3); “sentido común, hacerte preguntas, tirar un poco del hilo (E2); “saber escuchar para conocer de qué habla el público y entender qué persiguen los agentes de la desinformación” (E5). El dominio de determinados temas también es básico para esta tarea. E1 expone que cuando se habla de formación en *fact checking*, no sólo se deben manejar determinadas herramientas, sino también conocer áreas temáticas concretas: “Cuando se hace verificación en directo de un debate político, se necesita saber de política y también de periodismo de datos. Cuando se realizan declaraciones económicas, se precisa a alguien muy ágil en el manejo de bases de datos”.

Al hablar de una cualificación en verificación, a través de la especialización en periodismo de datos, los entrevistados se refieren tanto a capacidades como a programas o herramientas concretas. Sin embargo, siendo una actividad que se fundamenta en lo digital, el primer requisito es el de tener habilidades digitales. De ahí que se requieran una serie de competencias que E3 identifica, entre otras, con: manejo de redes sociales, lenguajes de programación, edición y formatos de vídeo y audio digital, arquitectura web y elementos multimedia. E5 cree que la formación académica específica debe contemplar principalmente el manejo de redes sociales y las nuevas posibilidades comunicativas para el periodista: “Si queremos desmentir un bulo que se difunde por *TikTok*, debemos crear un desmentido que se adapte a esa red social”.

Preguntados sobre competencias y herramientas específicas, expertos como E1 sientan las bases numéricas y las hojas de cálculo como esenciales. “Es importante que sepa manejar *Excel*, es un básico para un periodista que se dedique a la verificación”

Nos llega un posible bulo sobre el Ministerio de Sanidad, que anuncia un recorte de once mil millones de gasto. Aunque se puede hacer a mano, con una tabla de *Excel* puedes desmontar un bulo en cinco minutos, sabiendo dónde descargar los datos. De otra manera se habría tardado uno o dos días.

E4 también señala el uso de bases de datos y hojas de cálculo como muy necesarias para el *fact checker*. Entre las habilidades asociadas menciona “*Excel*, o *Python*”.

El volumen de herramientas es cada día mayor, por no hablar de la irrupción de la inteligencia artificial (IA) en los procesos de lucha contra la desinformación, como la mencionada herramienta de trazabilidad de noticias *TJ Tool*. Pero los consultados reclaman una formación constante, continua y autodidacta, “casi cada semana nos formamos en una herramienta nueva, muchas de ellas relacionadas con las redes sociales, de verificación, para hacer OSINT (*Open Source Intelligence* o búsqueda en fuentes abiertas de internet)”, apunta E3. No obstante, hay programas considerados como propios del *fact checker*, entre ellos: *Openrefine* (herramienta de código abierto para gestionar y refinar bases de datos); *Excel* (hoja de cálculo tradicional); *Invid* (verificación de vídeo); *Hootsuite* y *CrowdTangle* (gestión de redes sociales); *Infogram* y *Flourish* (visualización e infografías); *Google*, *Tin-Eye* y *Yandex* (búsqueda inversa de imágenes), estos últimos de uso cotidiano para E6, que los considera importantes para la formación de los *fact checker*.

Como antes se ha destacado, nuestros expertos consideran que los planes de estudio de los Grados en Periodismo deberían incorporar algunas de estas materias, como es el caso de la programación, que tanto E1 como E3 estiman necesaria, al menos en nociones básicas. “Enseñarles lenguajes de programación como *R* o *Python*, aunque nunca se sabe cuándo van a dejar de ser útiles, por lo que hay que buscar nuevas bibliotecas de programación para estar al día” (E1).

E2 también va en esa dirección al asegurar que “es necesario en mayor o menor medida tener nociones de programación, tanto para analizar datos como para hacer visualizaciones más complejas y de programas de análisis y limpieza de datos, así como algo de estadística”.

Todos coinciden en que la habilidad en la gestión del dato es básica para trabajar en verificación, ya que nos encontramos en la era del dato masivo y de la generación ingente de información sin estructurar. Las universidades deberían incluir “una asignatura de carácter anual en la que se estudie periodismo de datos, acceso a la información pública, bases de datos, CSV, *scraping* o *big data*”, concluye E1.

3.2. *Oferta de grado para la formación en verificación*

En el análisis de la oferta de grado llevado a cabo, tras la aportación los expertos, no se registran apenas asignaturas directamente ligadas al *fact checking*. De los cuarenta títulos que se localizan en el RUCT vinculados con la formación de Grado en Periodismo, sólo uno contiene una asignatura en cuya denominación figura el concepto de verificación.

La oferta de Grado en Periodismo en la universidad española ha sumado recientemente al catálogo del RUCT dos nuevas titulaciones (curso 2021/22). Sólo una de ellas, en la Universidad Internacional Villanueva, contempla esta materia específica en su plan de estudios. Se introduce en el primer curso, durante el segundo semestre, con carácter obligatorio y denominada “Análisis y verificación de fuentes”. La guía docente de la asignatura, a la que se puede acceder a través de la web de la Universidad, señala que el objetivo de la asignatura es:

Aprender a diferenciar entre una fuente fiable y una que no lo es, y dominar las técnicas para obtener y cuidar estas fuentes. Trasladar con criterio periodístico la información facilitada por estas fuentes a un artículo periodístico, aprendiendo a contrastar debidamente todas las informaciones.

Para ello describe una serie de competencias específicas y transversales -además de las generales- en las que se distinguen, por ser de aplicación directa a la verificación: Aprender las técnicas de gestión de información y manejo de fuentes necesarias para hacer productos periodísticos veraces, útiles a la

sociedad y que se atengan en todo momento a los principios de la ética y la deontología profesional; Confeccionar productos en formato web en que se desarrollen los conocimientos de redacción, diseño y programación adquiridos; Aprender las herramientas periodísticas del entorno web relacionadas con el análisis y verificación de fuentes, el posicionamiento web, el análisis de audiencias, la minería de datos, la inteligencia artificial, la comunicación en redes sociales y la visualización de datos.

En cuanto al contenido de la asignatura, se proponen al estudiante estos temas: 1. Las fuentes del periodismo; 2. Desinformación, bulos y *fact checking*. 3. La verificación de la información. 4. Las herramientas informáticas para contrastar las noticias. 5. Cómo y quiénes crean la desinformación en las redes sociales. 6. El trabajo de las agencias de verificación.

La Universidad Isabel I incluye en su plan de estudios un itinerario propio del análisis y la visualización de datos. Aunque no contempla asignaturas centradas en el *fact checking*, sí hace referencia en la presentación del título a “los medios sociales y la verificación y gestión de datos” como espacios de la comunicación que “ofrecen destacadas oportunidades de empleo, si bien aún falla la capacitación necesaria” y plantea en su plan de estudios una asignatura denominada “Periodismo de datos”.

En el resto de los grados analizados, sí se localizan asignaturas de periodismo de datos, disciplina de la que emana este perfil del periodista verificador, pero tampoco se incorporan en sus guías docentes áreas concretas o unidades didácticas referidas al *fact checking*.

Sin embargo, algunos de ellas sí introducen determinadas competencias que los expertos anteriormente referenciados han considerado como imprescindibles para desarrollar la actividad de verificación de la información como: contrastar distintas fuentes para comprobar que la información obtenida es fiable y de calidad (Isabel I); buscar, jerarquizar y seleccionar cualquier tipo de fuente y manejar bases de datos a partir de información estructurada (UAB); localizar fuentes fiables y contrastadas para mejorar el contenido informativo (UC3M); analizar las malas prácticas y los errores periodísticos más habituales en la investigación documental, comprender la importancia de las fuentes de información solventes en las rutinas productivas e instruir en técnicas básicas de reconocimiento de la fiabilidad de las fuentes digitales consultadas en internet (Universidad de Sevilla); valorar y contextualizar la información proporcionada por diversas fuentes y canales, con el fin de seleccionar los aspectos esenciales que deban exponerse al público (Universidad Europea); conocer y acceder a fuentes de datos de todo tipo y manejar herramientas informáticas para extraer determinadas informaciones (Universidad Nebrija); por último, aprender técnicas y métodos para examinar los datos de manera crítica, identificar patrones, tendencias y anomalías, y extraer conclusiones significativas (Universidad de Valencia).

Tras este análisis, podemos constatar que solo un grado prevé formación en verificación con una asignatura propia del área (un 2,5% de los títulos españoles y con una incidencia del 2,5% con relación al total de créditos del programa, ya que la asignatura es de 6 ECTS, frente a los 240 que componen el título). Otras siete universidades afrontan la formación en *fact checking* sumando asignaturas específicas que recogen en su denominación “periodismo de datos” que, si bien en estudios previos se consideraba una materia más propia de estudios avanzados de postgrado, ya empieza a ser una realidad en los programas de grado.

Como se ha apuntado, la incorporación de asignaturas de periodismo de datos y verificación se relaciona con la juventud del título, o bien, con las modificaciones más recientes de los planes formativos. Se evidencia pues la necesidad constante de reflexionar, analizar y plasmar las necesidades de los empleadores y de la sociedad en su conjunto, recordando que el Periodismo debe ser un agente activo contra la desinformación.

4. *Discusión y conclusiones*

Nuestra investigación constata que en un contexto de auge de la desinformación la figura del verificador adquiere notoriedad e importancia, tanto dentro como fuera de las organizaciones de medios. Esta conclusión se encuentra en consonancia con las aportaciones de Tuñón-Navarro y Sánchez-Del-Vas (2022) sobre la relevancia del *fact checker* para combatir las noticias falsas.

Los consultados perciben, sobre todo desde la irrupción de la pandemia por COVID, cómo los medios de comunicación tradicionales y nativos digitales han ido creando estos departamentos o contratando perfiles cualificados, tanto para las propias informaciones que elaboran sus periodistas como para las que provienen de canales externos. Tal como sostiene Magallón-Rosa (2020), la labor de verificación se realiza tanto de lo que emana de los medios, como de lo que circula por las redes. En este sentido, coinciden nuestros resultados con López-López *et al.* (2023) en la necesidad de revisar las rutinas de trabajo del periodista e introducir el *fact checking* en la producción de las noticias, sumar personal especializado a los medios y crear departamentos específicos.

Se pone de manifiesto que la verificación de la información está en el ADN original de la labor periodística y es contemplada como una de las funciones básicas del comunicador en la sociedad, obligado a comprobar los datos y las fuentes a las que se recurre para la elaboración de sus informaciones. Va unida al resto de cualidades clásicas y propias del periodista, como la curiosidad, el sentido común y el afán por llegar al fondo de las historias. Partiendo de estas aptitudes imprescindibles, nuestros expertos definen el *fact checker* como un profesional del periodismo con competencias aumentadas y específicas, cuyo objetivo es chequear las fuentes, el contexto y la autenticidad de los contenidos. Dicho perfil emana de la disciplina del periodismo de datos, que permite ordenar, estructurar, interpretar, comparar y analizar grandes cantidades de *big data* que circulan sin control y de manera masiva en redes sociales, en foros digitales e incluso en declaraciones públicas.

A partir de ahí, la especificidad del perfil analizado en este estudio implica habilidades como el manejo de: hojas de cálculo, lenguajes de programación, herramientas de gestión y análisis de redes sociales y recursos para la búsqueda inversa de imágenes, entre otros. Coinciden en este punto nuestras conclusiones con las aportaciones de López-García *et al.* (2016) y Ferreras-Rodríguez (2013).

Se pone de manifiesto en las entrevistas realizadas el interés creciente por la verificación de imágenes, vídeos y audio, ya que la desinformación adquiere cada día elementos multimedia más avanzados y eficaces en sus propósitos polarizadores y lucrativos. Este aspecto conecta con los hallazgos de García-Marín y Salvat-Martinrey (2023) sobre el impacto que esta tendencia tiene en escenarios como la guerra de Ucrania. Destacan estos autores la necesidad de un desarrollo más profundo en habilidades de detección de imágenes manipuladas. Esto va a requerir un esfuerzo formativo añadido, tal como aseguran Aparici-Marino *et al.* (2019).

Sin embargo, el presente trabajo muestra que la universidad española no parece acompañar estas necesidades presentes y futuras, descritas tanto por los profesionales como por los académicos. Los planes de estudio de los grados en Periodismo adolecen de una formación específica en verificación, desaprovechando la oportunidad laboral que representa para los especialistas en la materia. El *fact checker* es, junto al analista de datos o el visualizador, uno de los que registra una demanda creciente entre los medios de comunicación y empresas especializadas, en consonancia con lo señalado por Ferreras-Rodríguez (2013), Ufarte-Ruiz *et al.* (2018) y Saavedra-Llamas *et al.* (2023)

Los centros universitarios parecen obviar igualmente el compromiso por la necesaria alfabetización mediática planteado desde las instituciones públicas y los medios de comunicación, como requisito imprescindible para lidiar contra la desinformación (ONU 2022).

Coincide nuestro trabajo con las afirmaciones de Ufarte-Ruiz *et al.* (2018), al comprobar que los Grados en Periodismo contemplan una formación en competencias digitales básicas, pero muy poca especialización en áreas de amplia empleabilidad o con mayor proyección profesional. El concepto de verificación es prácticamente inexistente entre las asignaturas vinculadas, aunque la cualificación que ofrecen las materias específicas de periodismo de datos prevé el aprendizaje de herramientas y programas, que los expertos consideran necesarios para el ejercicio del *fact checking*.

Se registran, no obstante, algunos avances en la introducción en los planes de estudio de materias ligadas al periodismo de datos, como la visualización o la infografía, de forma que se confirman los resultados de autores como Saavedra-Llamas *et al.* (2020) y Herrero-De-la-Fuente *et al.* (2022), sobre la lenta incorporación de estos contenidos a los planes de estudio, predominando la orientación teórica y el planteamiento generalista.

Pero, pese a las necesidades sociales y a la urgencia de cambios, las facultades de comunicación en España no están contribuyendo suficientemente en la misión de proporcionar una formación concreta en verificación, que dote de competencias y habilidades en la lucha contra la desinformación a los futuros periodistas, mostrando una oferta insuficiente y poco actualizada en relación con este ámbito

5. Referencias

- Aparici-Marino, R., García-Marín, D. y Rincón-Manzano, L. (2019). Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán. *El profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.13>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Free Press.
- Carratalá-Simón, A. (2022). En busca de grietas en la estructura mediática de la desinformación. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 4(17). <https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8787>
- Castells-Oliván, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Alianza
- Castillo-Lozano, E. (2023). *El periodismo de datos en España: empleabilidad, perfiles profesionales y oferta académica*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Castillo-Lozano, E., Saavedra-Llamas, M. y Herrero-De-la-Fuente, M. (2022). La convergencia mediática y el universo Big Data: nuevos perfiles profesionales y necesidades formativas en Periodismo, *Sphera Publica*, 2(22), 26-42. <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/469>
- Dafonte-Gómez, A., Míguez-González, M. I. y Ramahí-García, D. (2022). Los fact-checkers en las redes sociales: análisis de presencia y vías de distribución de contenidos. *Communication & Society*, 35(3), 73-89.
- D'Ancona, M. (2017). *Posverdad. La nueva guerra contra la verdad y como combatirla*. Alianza.

- European Commission. (2018). *Tackling disinformation online: Expert Group advocates for more transparency among online platforms*.
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_1746
- Ferreras-Rodríguez, E. M. (2013). Aproximación teórica al perfil profesional del 'Periodista de datos'. *ICONO 14, Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 11(2), 115-140.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v11i2.573>
- Fetzer, J. H. (2004) Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines* 14, 231-240.
<https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>
- García-Ull, F. J. y Quirós-Fons, A. (2022). Inteligencia artificial y posverdad en tiempos de guerra. En L. R. Romero-Domínguez y N. Sánchez-Gey (Coords.), *Sociedad digital, comunicación y conocimiento: retos para la ciudadanía en un mundo global* (pp. 169-187). Dykinson.
- García-Marín, D. y Salvat-Martinrey, G. (2023). Desinformación y guerra. Verificación de las imágenes falsas sobre el conflicto ruso-ucraniano. *ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 21(1), 1-23. <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1943>
- González-Urbaneja, F. (2020). ¿Qué principios éticos son fundamentales para ejercer la profesión de periodista? *Cuadernos de Periodistas*, 39. <https://tinyurl.com/42r9msy8>
- Gu, L., Kropotov, V. y Yarochkin, F. (2017). The fake news machine: How propagandists abuse the internet and manipulate the public. *Trend Micro*. <https://tinyurl.com/ybwtzpcx>
- Herrero-De-la-Fuente, M., Saavedra-Llamas, M. y Castillo-Lozano, E. (2022). Periodismo de datos contra desinformación. Competencias, perfiles y formación requerida en el periodismo de datos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 827-840. <https://doi.org/10.5209/esmp.82592>
- Jordán-Correa, D., Arias-Valladolid, C. y Samaniego-Rivas, G. (2017). La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA Research Journal*, 2(11), 179-185.
<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.556>
- López-García, X., Tournal-Bran, C. y Rodríguez-Vázquez, A. I. (2016). Software, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos. *El profesional de la información*, 25(2), 286-294.
<https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.16>
- López-Martín, Á. y Córdoba-Cabús, A. (2021). Fact Checking para combatir la "Infodemia" del COVID-19: Los casos de AFP Factual y Newtral. En R. Vinader-Segura y B. Puebla-Martínez (Coords.), *Ecosistema de una pandemia: COVID 19, la transformación mundial* (pp. 516-533). Dykinson.
- López-López, P. C., Mila-Maldonado, A. y Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022). *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 8, 69-89.
<https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>
- Magallón-Rosa, R. (2020). *Desinformación y pandemia: La nueva realidad*. Pirámide.
- Organización de Naciones Unidas. (2022). *Naciones Unidas: contrarrestar la desinformación*.
<https://www.un.org/es/countering-disinformation>

- Organización de Naciones Unidas. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos- (2022). *La libertad de expresión es clave para contrarrestar la desinformación*. <https://www.ohchr.org/es/stories/2022/11/freedom-expression-key-counteracting-disinformation>
- Paniagua-Rojano F. J, y Rúas-Araújo, J. (2023). Aproximación al mapa sobre la investigación en desinformación y verificación en España: estado de la cuestión. *ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1987>
- Peña-Moya, J. (2013). *El nuevo modelo de televisión pública en España. Riesgos y oportunidades para el cumplimiento del servicio público*. [Tesis doctoral]. Universidad de Málaga. https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/7364/TDR_PENA_MOYA.pdf
- Posetti, J. y Bontcheva, K. (2020). *Desinfodemia. Descifrando la desinformación sobre el COVID-19*. UNESCO. <https://cutt.ly/GnCnAYd>
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1714-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Rodríguez-Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Saavedra-Llamas, M., Herrero-De-la-Fuente, M. y Castillo-Lozano, E. (2023). Ámbitos profesionales del periodismo de datos dentro del ecosistema mediático digital: una aproximación al contexto español y a los medios de referencia en el mundo anglosajón. *Doxa Comunicación*, 37, 341-358. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1853>
- Saavedra-Llamas, M., Herrero-De-la-Fuente, M. y Castillo-Lozano, E. (2020). La formación en periodismo de datos en España: radiografía de la oferta académica universitaria. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 93-109. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3283>
- Sánchez-Duarte, J. M. y Magallón-Rosa, R. (2023). Desinformación. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 24, 236-249. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2023.7663>
- Sandoval-Martín, T. y La Rosa-Barrolleta, L. (2018). Big Data as a differentiating sociocultural element of data journalism: the perception of data journalists and experts. *Communication and Society*, 31(4), 193-208. <https://doi.org/10.15581/003.31.4.193-209>
- Terol-Bolinches, R. y Alonso-López, N. (2020). La prensa española en la Era de la Posverdad: el compromiso de la verificación de datos para combatir las Fake News. *Revista Prisma Social*, 31, 304-327. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3924>
- Tuñón-Navarro, J. y Sánchez-Del-Vas, R. (2022). Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas? *AdComunica*, 23, 75-95. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6347>
- Ufarte-Ruiz, M. J., Peralta-García, L. y Murcia-Verdú, F. J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *El profesional de la información*, 27(4), 733-741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>

Vara-Miguel, A., Amoedo-Casais, A., Moreno-Moreno, E., Negrodo-Bruna, S. y Kaufmann-Argueta, J. (2022). *Digital News Report España 2022*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. <https://doi.org/10.15581/019.2022>

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://www.doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>