



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias humanas y sociales
Grado en Comunicación Global

Trabajo Fin de Grado

**Desinformación, una nueva amenaza del
Covid-19 a través de la difusión
de noticias falsas**

Una pandemia paralela al Coronavirus

Estudiante: Serena Kendis Segura

Director: Patricia Rodríguez López

Madrid (abril, 2023)

Resumen

Las conocidas como *fake news* y la manipulación de la información no son un fenómeno nuevo. Sin embargo, las condiciones tecnológicas y sociales únicas de nuestro tiempo han proporcionado un entorno favorable para el desarrollo de su propagación. Por ello, resulta esencial investigar y analizar las noticias falsas, la desinformación, la infodemia y las plataformas digitales y redes sociales, que hoy en día son grandes fuentes de información en Internet. Esto se conseguirá a través de un estudio de noticias divulgadas durante 2020, el primer año en el que se declaró la pandemia Covid-19 en distintos medios de comunicación para así, poder establecer si existe un vínculo de correlación y poder comprobar si la desinformación tuvo grandes implicaciones a la hora de desarrollarse una situación de comunicación de crisis, como indica nuestra hipótesis. De esta manera, se adquirirá una comprensión más profunda sobre el funcionamiento de estos fenómenos, sus causas y las posibles consecuencias que pueden tener en los usuarios que consumen información no verídica.

Palabras clave: Noticias falsas, desinformación, infodemia, redes sociales, Covid-19.

Abstract

Fake news and the manipulation of information are not a new phenomenon. However, the unique technological and social conditions of our time have provided a favorable environment for the development of their propagation. Therefore, it is essential to investigate and analyze fake news, disinformation, infodemia and digital platforms and social networks, which today are major sources of information on the Internet. This will be achieved through a study of news disseminated during 2020, the first year in which the Covid-19 pandemic was declared in different media in order to establish whether there is a correlation link and to check whether disinformation had major implications when developing a crisis communication situation, as our hypothesis indicates. In this way, we will gain a deeper understanding of how these phenomena work, their causes and the possible consequences they may have on users who consume untruthful information.

Key words: Fake news, disinformation, infodemia, social media, Covid-19

ÍNDICE DE TEMAS

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1 Finalidad y motivos	4
1.2 Estructura	5
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1 <i>Fake News</i>	6
3.2 La desinformación.....	12
2.3 La infodemia	19
2.4 Redes Sociales.....	20
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN	21
4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS PROPUESTAS	25
5. METODOLOGÍA DEL TRABAJO	26
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	27
6.1 Ejemplos de <i>fake news</i>	29
6.2 Ejemplos de noticias verídicas.....	37
7. CONCLUSIONES	42
8. REFERENCIAS	47
ANEXO I	52
ANEXO II	52

1. Introducción

1.1 Finalidad y motivos

La pandemia del COVID-19 ha sido un fenómeno con un alcance sin precedentes, afectando a millones de personas alrededor de todo el mundo. Además, de las graves consecuencias que ha producido en nuestra salud, su impacto ha sido de tal magnitud que también ha arrasado con objetivos y roles laborales, dinámicas familiares y una estabilidad económica. Especialmente con la cuarentena que vivimos en marzo de 2020, fueron muchas las personas que han visto como su rutina de trabajo se ha visto afectada por completo, desde la incorporación del teletrabajo a la búsqueda de nuevos oficios después de quedar desempleados en su puesto actual por falta de la actividad económica de la que dependían, como el sector de la hostelería, el comercio o la automoción. En este sentido, se ha transformado en una crisis global como hacía tiempo no vivíamos y con consecuencias significativas de gran impacto en todos los ámbitos como hemos visto, lo que evidencia la importancia que tiene una gestión adecuada de los asuntos globales. Desde una perspectiva internacional, el COVID-19 también ha supuesto un elemento muy disruptivo que tiene implicaciones para la geopolítica, la delicada gestión de la globalización, la integración europea y los diferentes escenarios regionales de la política exterior de España.

Asimismo, las conocidas como *fake news* y la manipulación de la información no son un fenómeno nuevo. Sin embargo, las condiciones tecnológicas y sociales únicas de nuestro tiempo han proporcionado un entorno favorable para el desarrollo de su visión. Se trata de un tema que ha ido ganando notoriedad a lo largo de los últimos años, especialmente en el ámbito de procesos electorales. Estas suelen ser utilizadas para incidir en la población, en particular entre los votantes (Mendoza, 2020). Y es tal su impacto, que en el caso que vamos a analizar en este trabajo, se podría decir que las noticias falsas han sido otra pandemia paralela al coronavirus.

Si unimos los fenómenos de pandemia y desinformación, encontramos la situación que se vivió durante el estado de alarma en todo el mundo, como fue la viralización de noticias falsas a través de distintos medios de comunicación (desde los más tradicionales como programas de televisión, radio o prensa) y plataformas digitales (principalmente redes sociales) que desencadenó un estado de crisis de comunicación (Maestre, 2020).

Estas noticias tuvieron tal repercusión, que llegó a ser un tema muy delicado con el que incluso la Organización Mundial de salud (OMS) se refería como infodemia para describir esta práctica de elaborar y difundir noticias falsas o incorrectas con relación a la pandemia, sembrando en la población confusión, pánico e incertidumbre a través de esta desinformación (Mendoza, 2020). Esto supuso un grave problema al tener la capacidad y el alcance de poner en cuestión la integridad de las personas y el riesgo de la salud de muchas otras, como veremos más adelante a través de algunos de los bulos que se difundieron.

1.2 Estructura

El siguiente trabajo tiene como fin dar respuesta de manera clara y estructurada a las preguntas planteadas más adelante en el apartado de objetivos. De esta forma, tras una introducción del trabajo y para enmarcar el posterior análisis, se comenzará con una breve explicación sobre el contexto en el que se enmarca este estudio y su importancia hoy en día dadas las circunstancias de la reciente pandemia junto con el uso de la comunicación como herramienta en auge cuyo alcance es importante estudiar y analizar para conocer sus consecuencias y potencial alcance.

En el apartado de marco teórico se procederá a la exposición de términos clave que definen y ayudan a tener una mejor comprensión sobre el tema tratado junto con las teorías de comunicación que enmarcan los conocimientos fundamentales para explicar el fenómeno que se va a estudiar como la infodemia o situación de comunicación de crisis que se produce durante el Covid-19. Estos apartados servirán como base para comprender las características de este fenómeno y así después poder comprobar si esta situación de crisis realmente se dio a raíz de las noticias falsas en relación con la pandemia.

A continuación, se procederá al análisis de distintos casos en los que las *fake news* y la desinformación han jugado un papel crucial, para entender el alcance que este tipo de información puede llegar a desencadenar. Se examinarán más en detalle datos pertinentes a la información diseminada a lo largo del primer año de pandemia para así, poder observar si se produjo una situación de crisis como este estudio quiere demostrar. Para ganar una mayor perspectiva, también se realizarán comparaciones entre todos los casos expuestos para encontrar paralelismos y puntos en común que puedan ayudar a

proporcionar similitudes que respalden este fenómeno de desinformación y su implicación en la pandemia del Covid-19.

Finalmente, se expondrá una conclusión con los hallazgos del trabajo y los datos más significativos, esclareciendo y dando repuesta a las preguntas planteadas al principio y que servirán como guía, así como para establecer los objetivos que se pretenden alcanzar con el siguiente ensayo.

2. Marco teórico

A continuación, se expondrán los términos y teorías de comunicación más relevantes que enmarcan la hipótesis principal de este trabajo, la cual busca si hubo un incremento de noticias falsas en España en relación a la pandemia del Covid-19. Esta información ayudará a tener una mejor comprensión para el posterior análisis que pretenderá dar respuesta a si efectivamente se produjo una situación de desinformación en España durante el primer año de pandemia 2020.

A continuación, se expondrán algunos conceptos clave que son determinantes para una comprensión más completa del tema a tratar. Estos conceptos constituyen el componente principal del trabajo y se desglosan con el fin de analizar y comparar los diferentes tipos de noticias en el posterior análisis.

2.1 Fake News

En primer lugar, las noticias falsas o *fake news* como a menudo son conocidas, siempre han existido, sin embargo, es en estos últimos años cuando ha proliferado y extendido en distintos países a lo largo de todo nuestro mundo. Este fenómeno junto con los dos elementos que se explicarán a continuación genera un círculo vicioso como se explicara más en detalle durante el análisis, lo que provoca la rápida replicación de una noticia falsa en cuestión de segundos.

Este fenómeno se produce en un contexto de *posverdad* (*International Federation of Journalists*, 2018), este término es definido como las circunstancias en las que los hechos objetivos adquieren una menor relevancia a la hora de afectar a la opinión pública en comparación a las emociones o creencias personales, según la definición explicada por

el diccionario de *Oxford* (2016). Siguiendo esta línea, Kuklinski (2018) un comentarista político estadounidense y presentador de medios, establece como predomina la emoción en la comunicación política cuando se trata de manipulación, las medias verdades o directamente las mentiras que construyen la base electoral o una idea política. Una de las consecuencias directas que las noticias falsas provocan, es como el periodismo de calidad y el derecho que tienen los ciudadanos a informarse se ve dañado por el impacto de un proceso que cada vez se da con más frecuencia y se vuelve más peligroso, influyendo de distintas formas en las prácticas democráticas, como se ilustrará con ejemplos en el apartado de análisis.

Por ello, teniendo en cuenta la gravedad a la que puede llegar la divulgación de noticias falsas en un momento en el que la emoción predomina por encima de la verdad, es importante aprender a identificar una información errónea previa a su disseminación y evitar la desinformación. El término de *fake news* se utiliza para conceptualizar el proceso de divulgación que provoca un peligroso círculo de desinformación, este resultado se explicará más a fondo en el siguiente punto. A continuación, se desglosarán los tipos de información falsa que podemos encontrar hoy en día.

2.2 Tipo de fake news (*International Federation of Journalists*, 2018),

La organización *First Draft*¹ distingue entre siete tipos de contenido erróneo que podemos encontrar en circulación:

a. Sátira o parodia: la cual no pretende causar daño.

A la luz de la pandemia actual y las tensiones políticas, se están difundiendo muchos engaños a partir del contenido creado a partir de cuentas (a menudo *Twitter*) que parodian a celebridades populares. En algunos casos, las cuentas fueron suspendidas por supuestamente causar confusión con personas reales. Esta desconfianza en la información tiende a oscurecer los diferentes tipos, escenarios y roles de la parodia en las redes sociales (Roig, 2020).

¹ Fundada en junio de 2015, *First Draft* es una coalición sin fines de lucro dedicada a crear conciencia y abordar problemas de confianza y verdad en la era digital. Estos temas son compartidos entre las salas de redacción, las organizaciones de derechos humanos y las empresas de tecnología social y sus audiencias, comunidades y usuarios. Trabaja para desarrollar habilidades y estándares para el contenido y la distribución de información en línea. Brindan consejos prácticos y éticos sobre como encontrar, examinar y publicar contenido en las redes sociales.

El reto en esta era de desorden informativo es que la sátira se utiliza estratégicamente para eludir a los verificadores de hechos y para difundir rumores y conspiraciones, sabiendo que cualquier respuesta puede ser rechazada afirmando que nunca se pretendió que se tomara en serio. La razón por la que la sátira utilizada de esta manera es una herramienta con tanto alcance, es que a menudo las primeras personas que entran en contacto con la sátira suelen entenderla como tal. Sin embargo, a medida que se vuelve a compartir, más personas pierden la conexión con el mensajero original y no la entienden como sátira.

En las redes sociales faltan los heurísticos (los atajos mentales que utilizamos para dar sentido al mundo). A diferencia de lo que ocurre en un periódico, donde sabemos qué sección del periódico estamos consultando y vemos señales visuales que nos indican que estamos en la sección de opinión o en las viñetas, en *Internet* no ocurre lo mismo (Wardle, 2020). Existen numerosos sitios web de noticias falsas que van desde aquellos que imitan a diarios reales hasta los de propaganda gubernamental, así como aquellos que se encuentran en la delgada línea entre la sátira y la desinformación (Redacción *BBC*, 2016).

- b. Contenido engañoso:** cuyo uso de la información trata de incriminar a alguien o algo.

La información engañosa dista mucho de ser algo nuevo y se manifiesta de múltiples maneras. Reformular las historias en los titulares, utilizar fragmentos de citas para apoyar un punto de vista más amplio, citar estadísticas de forma que se alineen con una posición o decidir no cubrir algo porque socava un argumento son técnicas reconocidas, aunque solapadas. A la hora de defender un punto de vista, todo el mundo tiende a extraer contenido que apoye su argumento general.

Engañar es difícil de definir con exactitud, porque depende del contexto, de los matices y de cuánto se omite de una cita. Resulta de gran importancia investigar el grado de manipulación que han sufrido las estadísticas y analizar si la alteración de una imagen ha modificado

significativamente su significado. Es evidente que existe una marcada diferencia entre el contenido sensacionalista y partidista y las leyendas fotográficas ligeramente engañosas que reformulan un tema y afectan a la interpretación de la imagen. Sin embargo, la confianza en los medios de comunicación ha experimentado un fuerte declive, lo cual obliga a reconsiderar la forma en que se percibe el contenido engañoso que anteriormente se consideraba inofensivo. (Wardle, 2020)

c. Contenido impostor: que suplanta fuentes genuinas.

Cuando se trata de información, nuestros cerebros siempre buscan heurísticos para entender cosas como la credibilidad. Ver una marca que ya conocemos es una heurística muy poderosa. Por eso estamos viendo un aumento del contenido impostor, es decir, contenido falso o engañoso que utiliza logotipos conocidos o noticias de personajes o periodistas consagrados.

No hay que olvidar que la cantidad de información que la gente recibe a diario sólo en sus teléfonos, correos electrónicos, notificaciones de redes sociales y alertas *push*, hace que la heurística sea aún más impactante. Por lo tanto, los logotipos, la redacción precisa de los descargos de responsabilidad y los subtítulos de periodistas conocidos tienen un impacto desproporcionado.

Por último, otra técnica que ha sido investigada por Snopes (2019) es la creación de sitios que parecen y suenan como sitios profesionales de noticias locales (Kasprak & Palma, 2019).

d. Contenido fabricado: es aquel nuevo predominantemente falso, enfocado a engañar y con intención de perjudicar.

Los contenidos falsificados son aquellos que presentan una falsedad total. Por ejemplo, antes de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 circuló la falsa afirmación de que el Papa Francisco había apoyado a Donald Trump, lo que recibió una gran atención. El titular aparecía en un sitio llamado *WTOE5*, que difundió una serie de rumores falsos en el período previo a las elecciones.

Otro ejemplo de contenido 100% inventado es un vídeo que apareció en 2014. Parecía mostrar un tiroteo en Siria y a un niño salvando a una niña. Las imágenes del vídeo aparecieron en la portada del *New York Post*. Resultó que el vídeo había sido creado por cineastas, rodado en Malta. Querían llamar la atención sobre los horrores que están teniendo lugar en Siria, pero sus acciones fueron condenadas por activistas de derechos humanos que argumentaron que este tipo de fabricación socavaba sus esfuerzos por documentar atrocidades reales (Wardle, 2020).

Para terminar, vale la pena mirar hacia el futuro y la próxima ola de contenido fabricado que será impulsado por la inteligencia artificial (IA), también conocido como *deepfakes*². Hemos visto lo que será posible a través de un *deepfake* de Jordan Peele en el que creó una versión del expresidente Barack Obama. Y más recientemente, vimos a unos documentalistas crear un clip de Mark Zuckerberg como prueba para ver si *Instagram* lo retiraba. Irónicamente, aunque *Instagram* dijo que el vídeo no infringía sus políticas, la cadena de televisión estadounidense *CBS* terminó marcando el contenido, argumentando que era contenido impostor debido al uso del logotipo de *CBS* (Wardle, 2020).

- e. **Conexión falsa:** titulares, imágenes o leyendas que no pueden confirmar el contenido.

Como parte del debate sobre el desorden informativo, es necesario que la industria periodística reconozca su propio papel en la creación de contenidos que no están a la altura de los elevados estándares exigidos a una industria atacada ahora desde muchos flancos. El objetivo de Wardle (2020), autora del artículo, es destacar las prácticas que emplean las redacciones periodísticas y que pueden contribuir a una mayor difusión y confusión en la propagación de noticias.

² Un *deepfake* se refiere a un tipo de medio sintético, ya sea en forma de video, imagen o audio, que utiliza la tecnología de inteligencia artificial para imitar la apariencia y el sonido de una persona. Este tipo de medios pueden ser extremadamente convincentes y engañar tanto a personas como a algoritmos, ya que son capaces de imitar de manera muy precisa las características de la persona original. Los *deepfakes* son generados en tiempo real por algoritmos de IA, y se aplican comúnmente en videos o en la creación de filtros de realidad aumentada (Seon, 2023).

Una de estas prácticas es el contenido *clickbait*, también conocido como *falsa conexión*. Cuando los medios de comunicación utilizan un lenguaje sensacionalista para atraer *clicks*, un lenguaje que luego se queda corto para los lectores cuando llegan al sitio y ven que se trata de una forma de contaminación. En este aspecto la autora establece que “Aunque es posible utilizar este tipo de técnicas para atraer tráfico a corto plazo, sin duda habrá un impacto a más largo plazo en la relación de la gente con las noticias” (Wardle, 2020).

Podría argumentarse que cuando las audiencias ya están acostumbradas a ciertas prácticas, el daño que ocasionan puede ser mínimo. Sin embargo, desde una perspectiva técnica, estas prácticas deberían ser consideradas como una forma de desorden informativo. Actualmente, nos encontramos en una época de competencia creciente por la atención del público, lo que hace que las empresas de medios luchan por mantenerse a flote. Con frecuencia, el poder de un encabezado puede ser determinante en la capacidad de un post para atraer a un público más amplio, en contraposición a ser leído por un pequeño grupo de suscriptores. La necesidad de generar tráfico³ y *clicks* en línea hace que las técnicas de *clickbait* sean altamente persistentes. Sin embargo, el uso de lenguaje polarizador y emotivo para atraer tráfico se relaciona con los problemas más amplios. Aunque es factible emplear estas técnicas para generar tráfico a corto plazo, es evidente que tendrán un impacto negativo en la relación de la audiencia con las noticias a largo plazo (Wardle, 2020).

- f. **Contexto falso:** difusión de un contenido con información cuyo contexto no es verdadero.

Uno de los errores frecuentes que cometen los periodistas consiste en no profundizar en el trasfondo de las noticias que presentan. Con frecuencia, se da por sentado que el lector tiene un conocimiento previo del contexto

³ El tráfico web se refiere a la cantidad de datos que se generan por la actividad de los usuarios en una página web, tanto de entrada como de salida. Aunque no es la totalidad del tráfico de *Internet*, es una parte significativa y es un factor clave para medir la relevancia, influencia y popularidad de cualquier sitio web (Neoattack, 2021).

del evento y, por ende, se espera que entienda plenamente el mensaje transmitido. No obstante, esto suele ser una suposición equivocada. En la era actual de *Internet*, la contextualización adquiere aún mayor importancia debido al elevado volumen de información que los usuarios reciben diariamente, lo cual hace que no puedan comprender todos los aspectos relevantes de las noticias que leen (*InformaUVA*, 2021).

Esta categoría se utiliza para describir contenidos que son auténticos pero que han sido reformulados de una manera arriesgada.

g. Contenido manipulado: que incluye información o imágenes manipuladas con la intención de engañar.

El aumento de la difusión de información falsa ha generado una frecuente manipulación de imágenes con la intención de engañar o manipular a una gran cantidad de personas, así como proporcionar evidencias falsas durante procesos legales. Este principio se vuelve especialmente relevante en el contexto de archivos de fotográficos y videos digitales, donde la mayoría de las noticias falsas se valen de imágenes altamente manipuladas. (*Indalics*, 2023). Se habla de medios manipulados cuando se altera un aspecto de un contenido auténtico. Suele tratarse en fotos o vídeos, como puede ser el color de la imagen, duración del vídeo, etc.

Como podemos observar, las noticias falsas se pueden dar en distintos formatos de contenido. Cada uno de ellos, adaptado y formulado en relación con el mensaje y público al que se le desea transmitir. En numerosas ocasiones, la intención real del emisor puede llegar a pasar desapercibida debido al estilizo utilizado. En otras, es tan mínimo el detalle que se vuelve prácticamente imposible descifrar qué parte del contenido ha podido ser alterado, como ocurre en los casos *de conexión y contexto falso* o *contenido manipulado*. En cualquiera de estos casos, es importante saber que nos podemos encontrar con algunos de estos patrones de información en circulación.

3.2 La desinformación

Este escenario se da cuando una información deliberadamente falsa es diseñada para causar algún tipo de daño. Este tipo es más sutil y complejo, creado con una intención

táctica que persigue una estrategia y responde antes unos objetivos. Puede estar motivada por diferentes factores, pero sin consecuencias precedentes. En el caso de la crisis sanitaria del Covid-19 se produjo una avalancha de desinformación con temáticas que mostraremos con algunos ejemplos más adelante (*Verificat Escola*, 2021).

A continuación, se expondrán algunos de los posibles motivos que incentivan a crear este tipo de contenido erróneo:

3.3 Los 8ps de la desinformación:

a. **El periodismo deficiente**

A partir de este concepto, se puede inferir que los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) no brindan una información objetiva a su audiencia acerca de los hechos que acontecen. No se debe necesariamente a que los periodistas filtren intencionalmente su trabajo, sino más bien, porque deliberadamente omiten información que puede ser considerada política, errores o deseos de las partes involucradas. Tal práctica se asocia con profesionales de la información con menor capacidad o herramientas y se observa un incremento de esta tendencia en los principales medios de comunicación (Pi, 2005).

b. **Parodia**

Este tipo de noticia es una verdadera forma de ironía, pero con el propósito del espíritu humorístico (Islands, 2019). Por otro lado, la imitación de información falsa es el propósito del entretenimiento (como se ha mencionado anteriormente). Ambos se entienden como formas de arte que pretenden presentar casos reales o ficticios y que pueden incluir una o más críticas a un problema social. El sarcasmo y la parodia pueden ser componentes de la desinformación porque quienes lo utilizan como táctica discursiva buscan principalmente entretener y exponer los problemas sociales a través del ingenio y el humor. La *Federación Internacional de Periodistas (FIP)* y *Media for Active Citizenship (MEAC)* clasifican la sátira y la parodia como una forma de desinformación. Ambos grupos lo definen como un método en el que no se pretende hacer daño, sino que el engaño es opcional. Esta definición se basa en la distinción entre noticias

falsas publicada por Wardle (2017), directora de *First Draft*. El contenido sarcástico que circula en las redes sociales no pretende engañar. Aunque tales *noticias* se basan en hechos reales, se complementan artificialmente con elementos humorísticos. Sin embargo, su contenido puede dar lugar a malentendidos e información engañosa (*MediaLab*, 2020).

c. Provocación

Según un estudio reciente de la Comisión Europea⁴, el 80 % de los europeos se encuentra con información que considera falsa o engañosa varias veces al mes. Al mismo tiempo, quienes promueven la *desinformación* atacan deliberadamente la integridad de la sociedad e intentan socavar la confianza del público en los medios, desafiando la autoridad de los medios establecidos, influyendo en los resultados electorales a favor de ciertos candidatos o iniciando procesos penales. La situación empeoró e intentan crear polémica para así sembrar dudas en la sociedad (*Prosulting*, 2022).

Esto crea una competencia constante por la atención y el dominio de los medios, lo que puede tener un impacto negativo en las sociedades democráticas. Por eso, por primera vez, destaca el daño que causa la distorsión de la información y propone fortalecer las herramientas de análisis estratégico y fortalecer los intercambios con otros países. Es por eso que encontramos noticias falsas con *bots*⁵ y provocaciones entre la desinformación dirigida en *Internet* (*Prosulting*, 2022).

d. Pasión

Con frecuencia se argumenta que la razón detrás de la producción de noticias falsas radica en la obtención de ganancias financieras significativas. Tales recompensas monetarias, potencialmente cuantiosas, motivan a los propietarios de sitios web a abandonar la creación de

⁴ Consultar *Anexo 1*

⁵ Se refiere a un software diseñado para llevar a cabo tareas específicas y automatizadas dentro de una red, las cuales suelen ser repetitivas en su naturaleza (Diccionario de *Oxford*).

contenido verosímil y humorístico en favor de producir material más sarcástico y humorístico que pueda tener una mayor difusión. Las agencias publicitarias tienen un interés en este asunto, ya que su objetivo consiste en involucrar a la audiencia y aumentar la exposición de lo que venden, sin distinguir la veracidad de la información.

"Hay mucho sesgo de confirmación: mucha gente queriendo probar que su visión del mundo es la apropiada y correcta", anunció Bruckbinkowski (2016) en *Snopes*, una de las principales plataformas de verificación que lucha contra la desinformación. Montgomery (2016) fundadora de *The National Report*, reconocido como el primer medio de noticias independiente de los Estados Unidos, afirma que los sitios de noticias falsas tienen como finalidad fortalecer las creencias y prejuicios de las personas, a través de la propagación de información falsa. Según Montgomery (2016) estos sitios constantemente buscan sintonizarse con los sentimientos que se sospecha que las personas tienen o quieren tener. Este sentimiento de *pasión* detrás de la creación de noticias falsas se puede evidenciar en sus declaraciones, como cuando afirmó que en ocasiones puede ser adictivo. Además, Montgomery (2016) expresó su satisfacción al ver como el tráfico aumenta y como logra captar la atención de las personas con sus noticias falsas, algo que le divierte mucho, explica (Redacción *BBC*, 2016).

Además, un artículo de *La Vanguardia* dónde se publica parte del estudio de la *Universidad del Sur de California (USC)*, revela por qué las noticias falsas se difunden en las redes sociales. Basado en una encuesta de más de 2.400 usuarios de *Facebook*, el estudio encontró que la plataforma es la principal responsable de "recompensar" a los usuarios que comparten la mayor cantidad de contenido, independientemente de la calidad del mismo (Ortega, 2023).

e. Partidismo

El fenómeno descrito puede ser mejor comprendido mediante el término "medios hiper-partidarios", el cual ha sido adoptado en ciertos círculos

académicos. Se ha argumentado que la aparición del “hiper-partidismo” debe entenderse como un efecto de la polarización en la esfera pública. Es importante también considerar el contexto en el que surgen los “mensajes de guerra”, tanto en los medios tradicionales como alternativos, y entenderlos como resultado de un proceso más amplio de fabricación de noticias y otras prácticas distorsionadoras que reducen los estándares editoriales para ajustarse a las condiciones del ambiente político polarizado. En particular, los sitios de noticias extremadamente partidistas utilizan titulares combativos para alimentar el debate político. La responsabilidad social por las noticias falsas, que a menudo se atribuye únicamente a aquellos que engañan a la ciudadanía, debe ser trasladada a la discusión de temas políticos que afectan a todos. El problema no radica únicamente en el papel de los operadores de medios partidistas, sino que cada uno de nosotros contribuye a socavar la esfera pública al convertir el debate político en una guerra de información en la que se comparten noticias falsas aceptadas socialmente (Moretto & Orillado, 2018).

f. Provecho

En un panel de discusión sobre noticias falsas Baños (2019), destacó la importancia de la estrategia, la intención, el propósito y la utilidad de dichas noticias. Para profundizar en este tema, consultó a la experta en manipulación psicológica López Tarida (2019), quien afirmó que "quien controla los medios controla la mente y quien controla la mente controla la sociedad". Según López Tarida (2019) la manipulación de la información se ha vuelto más sencilla, y esto no es casualidad, ya que la desinformación tiene un propósito. Los expertos en el tema resaltan la importancia de comprender como trabajan con la psicología humana para condicionar nuestras decisiones y opiniones, y plantean la cuestión de hasta qué punto somos verdaderamente libres si nuestras percepciones están siendo manipuladas (Cuatro, 2019).

Mas allá, la desinformación es una de las mayores preocupaciones de las democracias. Detrás de las noticias falsas o *fake news* muchas veces se

esconden estrategias para manipular la opinión pública y desestabilizar los países y sus instituciones (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2019).

Las noticias falsas pueden tener una variedad de objetivos, pero siempre están vinculadas a uno de dos objetivos principales: económico o ideológico. En el primer caso, las noticias falsas generan negocio en la era digital, por ejemplo, a través de la cantidad de clics que genera el contenido. El segundo incluye cualquier intención de buscar apoyo para distintas ideas como pueden ser políticas, religiosas, sociales o culturales, entre otras (Reis, 2020). Siguiendo la línea de propósito ideológico, Montoya (2019) explicó como no sólo se busca engañar con las noticias falsas, sino también influir en la sociedad de manera que adopte acciones o conductas específicas. El extremismo a menudo ocurre durante las elecciones, en relación con la guerra o durante las crisis económicas, sociales o políticas. Por lo tanto, las noticias falsas pueden tener mucho éxito para lograr su objetivo de influir en la opinión pública y la toma de decisiones (Reis, 2020).

Por último, los ciberataques pueden esconderse detrás de noticias falsas, ya que los ciberdelincuentes aprovechan la rápida difusión de noticias falsas en *Internet*, especialmente en las redes sociales, para llevar a cabo ataques sofisticados que pueden dañar la reputación y la continuidad del negocio de una empresa (Vera, 2019).

g. Poder o influencia política

En el contexto político actual, las redes sociales han surgido como una herramienta poderosa que los partidos políticos utilizan para influir en la opinión pública, especialmente en las elecciones. A través de las redes sociales, las noticias falsas pueden difundirse rápidamente y llegar a miles de usuarios sin que se verifique su autenticidad. Los usuarios de las redes sociales a menudo no investigan la fuente de la noticia y la comparten sin cuestionar su veracidad. Además, los partidos políticos ahora pueden ocultar noticias falsas en las redes sociales para maximizar su impacto en

los usuarios y, por lo tanto, influir en sus opiniones políticas. Como resultado, las redes sociales pueden tener un impacto significativo en el resultado de las elecciones. Sin embargo, la vulnerabilidad de las redes sociales va más allá de las noticias falsas, ya que existen redes poderosas encargadas de difundir información errónea, especialmente durante las elecciones. Es difícil medir con precisión el impacto de las redes sociales en la opinión pública y en los resultados electorales, ya que las personas pueden mantenerse fieles a sus creencias políticas y no cambiar de opinión fácilmente (Iniseg, 2019).

h. Propaganda

Aquí, se cree que la combinación de noticias falsas y técnicas de propaganda tiene lugar en el proceso de desarrollo y almacenamiento de información para cambiar opiniones, seleccionar grupos objetivos y luego determinar la dirección de la difusión de información fraudulenta. En última instancia, esto afecta a la credibilidad de las noticias. La propaganda hoy en día, especialmente en el ámbito político (a través del marketing digital), se ha vuelto tan sofisticada que es responsable de sentar las bases para la difusión de noticias falsas (Parreira do Prado, 2021). El consumo de información online se encuentra actualmente en una fase febril debido a la difusión de información errónea en *Internet*. Los resultados son evidentes en la radicalización de discursos e ideas polarizadas, desinformación pública y confianza implícita en las noticias y actividad desde los medios.

El surgimiento e influencia de las plataformas sociales, dónde a menudo se dan las *fake news*, como fuente de información no solo afecta a los ingresos de los medios tal y como los conocemos ahora, sino que también socava la calidad de la democracia deliberativa de tres maneras: El uso de las plataformas sociales como propaganda política y contenido engañoso; la propagación del discurso de odio, la polarización y el extremismo; y la disminución de la legitimidad periodística y la confianza cívica (Rodríguez, 2019).

La *FPI*, que representa alrededor de 600.000 comunicadores por todo el mundo, considera pertinente esclarecer y visibilizar el fenómeno de las *fake news* como forma de guía para la sociedad de modo que sirva de ayuda para identificarlas, desmentirlas y evitar su producción (*International federation of journalists*, 2018). Señalan como frenar el círculo de desinformación es importante y para ello, tanto periodistas como ciudadanos deben ser conscientes de que se trata de una cuestión que tiene incidencia en la sociedad y como consecuencia, impacta sobre la integridad económica. Por ello, las dimensiones política, social y cultural deben ser abordadas en conjunto.

2.3 La infodemia

Una infodemia es un fenómeno caracterizado por una sobresaturación de información, tanto en línea como en otros formatos, que incluye la propagación deliberada de información errónea con el propósito de socavar la respuesta de salud pública y promover intereses de grupos o individuos específicos. La difusión de información falsa puede generar consecuencias negativas para la salud física y mental de las personas, aumentar la estigmatización, poner en riesgo los avances logrados en materia de salud y promover el incumplimiento de medidas de salud pública (Wanden-Berghe & Sanz Valero, 2021).

En general, la información errónea prevalece en una infodemia, lo que debilita la integridad de las fuentes de información confiables que buscan proporcionar información relevante sobre un tema específico. La desinformación surge como resultado de la rápida propagación de información a través de los medios de comunicación de acceso libre, como las redes sociales. La ausencia de filtros de verificación de veracidad en estas plataformas fomenta la desinformación entre el público general, especialmente entre aquellos que carecen de conocimientos especializados sobre el tema en cuestión. La OMS ha declarado que la pandemia de COVID-19 y la respuesta a la misma han estado acompañadas de una propagación masiva que ha definido como “infodemia”, una abundancia de información, en algunos casos precisa y en otros no, que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación rigurosa cuando la necesitan. De hecho, se sostiene que el exceso de información errónea complica aún más la ya precaria situación informativa, puesto que las noticias falsas se difunden mucho más rápido en las redes sociales que las verídicas (Wanden-Berghe & Sanz Valero, 2021).

En este caso de estudio, la abundancia de información, a veces inexacta sobre el virus, sus orígenes y efectos, y las medidas tomadas por las autoridades para combatir la epidemia, han dificultado que muchos encuentren fuentes u orientación confiables (Consejo de la Unión Europea, 2020).

Por último, este organismo internacional ya ha expresado su preocupación por este fenómeno, así como su intención de aplanar la curva de la infodemia. La OMS no ha sido la única que ha ido tomando conciencia de ello, muchos de nosotros hemos adquirido notoriedad entorno a esta pandemia, integrándola en nuestra rutina diaria. Y a raíz del COVID-19, hemos agregado una nueva palabra a nuestro vocabulario: epidemiología. Esta es una rama de la medicina que estudia como se propagan las enfermedades y como se pueden controlar en una población. Ahora es el momento de aprender otra palabra nueva: ciencia de la infodemiología, refiriéndose a la infodemia como un torrente de información sobre la pandemia de COVID-19. La infodemiología es el estudio de esa información y la manera de gestionarla (Organización Mundial de la Salud, 2020).

2.4 Redes Sociales

Uno de los elementos fundamentales para que se den las *fake news* y por consecuencia, se cree una situación de desinformación, son las plataformas digitales y sociales como medios de divulgación. Es a partir de la emergencia de estas plataformas que su diseminación se ha vuelto mucho más sencilla y rápida. En primer lugar, una de las razones que provocan esta situación es debido a que se trata de una forma de comunicación de *networking*⁶ con el intercambio de mensajes en la red que permite que los usuarios, además de ser consumidores, sean productores de contenido y de discursos que puedan circular, sin comprobar realmente su veracidad. Y, en segundo lugar, también es importante destacar el algoritmo que utilizan estas plataformas. Este es el responsable de distribuir el contenido más pertinente para cada usuario, lo que resulta en que la información que se presenta ya esté previamente condicionada y filtrada (*International federation of journalists*, 2018).

⁶ El *networking* es una actividad llevada a cabo por individuos en el ámbito profesional, tanto en el empleo propio como ajeno, con el fin de construir y ampliar su red de contactos. Aunque no es una práctica reciente, dado que ha sido una actividad común en contextos comerciales, su relevancia ha aumentado en el marco de la digitalización (Santander, 2022).

Sin embargo, también se debe tener en cuenta el flujo de información en las redes sociales y como este se actualiza constantemente no sólo en base a la relevancia que tenga para el usuario, sino también de acuerdo con el nivel de interacción que tiene dicha información, validándola por tanto únicamente por la difusión de alcance. Asimismo, otros motivos de viralización también se pueden dar por intereses políticos, partidarios o una simple confusión puede dar lugar a este tipo de contenido engañoso (*International federation of journalists*, 2018).

3. Estado de la cuestión

A continuación, se presentarán algunos estudios y artículos académicos dónde exponen brevemente sus investigaciones y resultados acerca de las noticias falsas junto con algunos de los factores que los rodean como son sus canales de distribución o los sectores que más se han visto afectados.

Desde el inicio de la pandemia de COVID-19 en diciembre de 2019, se ha observado un aumento en la demanda de información por parte de la población en España. Sin embargo, esta situación también propició la difusión de una gran cantidad de noticias falsas, lo que supuso un reto para los medios de comunicación. Por ello, en el artículo de San Miguel, Sánchez-Gey Valenzuela, y Zambrano (2022) se parte de las hipótesis: H1) El número de noticias falsas en los medios televisivos aumentó con la llegada de noticias sobre la COVID-19. H2) El acceso a las fuentes de información cambió con el uso de plataformas de videollamada que no se habían utilizado hasta ahora de manera profesional para esta tarea. Por lo tanto, este trabajo se centra en analizar el papel de los profesionales de la comunicación en esta pandemia y en explorar las posibles causas del aumento de noticias falsas. Para ello, se ha llevado a cabo un estudio en el que se recopilan los testimonios de periodistas que han trabajado en televisión en Andalucía durante este periodo, mediante un muestreo aleatorio, y se utiliza un cuestionario a través de *Google Docs* con preguntas cerradas y abiertas sobre el acceso de los profesionales a las fuentes de información, los plazos disponibles para verificar datos, la cantidad de publicaciones sin verificar y las posibles razones detrás de esta situación. Los resultados del estudio han revelado un aumento en la emisión de noticias falsas o sin contrastar. Además, se han identificado diversas causas que han contribuido a este fenómeno, sostienen que es una tendencia característica de los períodos de incertidumbre, argumentando que uno de los

desafíos es el incremento de información que genera una infodemia en este tipo de crisis. Por otro lado, se ha observado que el uso de plataformas de videollamada ha tenido un impacto positivo en el acceso a las fuentes de información por parte de los periodistas.

Asimismo, dada la importancia crítica de la comunicación en situaciones de brotes, epidemias, crisis sanitarias y otros eventos de salud pública, la *Revista Española de Comunicación en Salud* (2020), ha considerado fundamental publicar un número especial sobre la comunicación de la pandemia de COVID-19. El objetivo principal de esta publicación es proporcionar análisis diversos y útiles para mejorar la comunicación en futuras crisis. En este número especial publicado como *Suplemento 1*⁷, se incluyen 30 artículos seleccionados y revisados, que ofrecen una perspectiva académica e investigadora de los flujos y rutinas de información durante la pandemia, así como de otros aspectos relevantes como la selección y uso de fuentes de información, la ética y deontología en la comunicación, y el papel de *Internet* y las redes sociales. El elevado número de artículos recibidos y aceptados para este número especial muestra la gran sensibilidad de la comunidad científica hacia la situación actual, y su compromiso en comprender y mejorar la comunicación durante futuras crisis de salud pública. Estos artículos aportan nuevos datos empíricos y teóricos, y juntos forman un corpus científico valioso sobre la comunicación durante la pandemia de COVID-19. En resumen, este número especial ofrece una visión amplia y detallada sobre los aspectos positivos y negativos de la comunicación durante la pandemia, y proporciona ideas útiles para mitigar los aspectos negativos y fomentar los aspectos positivos de la comunicación en futuras crisis de salud pública.

Como describen Barrientos-Báez, Martínez-Sala, Altamirano y Caldevilla Domínguez (2020), en su artículo *La difusión masiva de noticias falsas a través de las redes sociales* como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, donde se puede opinar sin verificar, y la propagación de cadenas sociales como *WhatsApp*, han creado una alarma social que puede dificultar la planificación y las tareas de las instituciones públicas encargadas de gestionar la crisis sanitaria. Desde el inicio de la pandemia causada por el coronavirus en 2019, los medios de comunicación y las redes sociales han difundido una gran cantidad de información a nivel mundial. Sin embargo, esto ha dado lugar a una doble pandemia:

⁷ Link al suplemento: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/issue/view/613/29>

la propagada por el propio virus (COVID-19) y la de las noticias falsas (rumores e información no verificada), que han generado perturbación, incertidumbre, alarmismo y miedo colectivo. Por ello, en este estudio, se buscó principalmente establecer la línea temporal de la propagación del coronavirus a través de un análisis de seguimiento llevado a cabo por los diferentes medios de comunicación. Se llevó a cabo un análisis cronológico de noticias recopiladas de diversas fuentes de información y posteriormente, se realizó una exploración detallada de los eventos que han tenido un impacto directo en el sector turístico. De manera descriptiva, se ha seguido la evolución de las actuaciones de los medios de comunicación. Y por último, la metodología utilizada se basó en un enfoque comparativo, examinando las noticias que se dieron a conocer el primer día en que se anunció la COVID-19. En sus conclusiones destacan como las noticias falsas se difunden a través de múltiples canales de comunicación, incluyendo programas de gran audiencia. Es importante considerar las medidas y la información relacionada con la COVID-19 que se difunde con relación a este sector, promoviendo la comunicación transparente y precisa. En la actualidad, el público se ha convertido en editor de su propia información, lo que conlleva tanto a la generación de información veraz como a la desinformación. Por lo tanto, es recomendable verificar la información recibida para poder formar una opinión propia basada en datos precisos y evitar así la intrusión o la desinformación.

En esta misma línea, Lázaro y Herrera (2020) llevan a cabo un análisis de la producción de noticias sobre el virus Covid-19 en distintos medios de comunicación de España desde el inicio del brote, mediante el uso de noticias obtenidas de la base de datos *My News*. Se examinaron el total de noticias en medios de comunicación españoles por tipo de medio, la evolución de la publicación en medios digitales en períodos de cinco días y en dos períodos, antes y durante el decreto del estado de alarma, así como el volumen de noticias de los principales medios digitales en España, este último punto planteado como su objetivo principal. Los resultados indicaron que estas plataformas son las más utilizadas para publicar sobre el Covid-19, con un alto porcentaje del 66,84%, y con un aumento evidente desde la declaración del estado de alarma. De igual modo, se reflexiona sobre el papel fundamental que pueden desempeñar los medios digitales durante el confinamiento para satisfacer las necesidades de información de la población. Finalmente, este estudio afirma servir como punto de partida para otros análisis de contenido enfocados en un medio específico o en la comparación entre varios medios.

De igual modo, este fenómeno no se dio únicamente en España, y así lo demuestran los dos siguientes artículos.

En el primero, Vázquez Luna (2020) de la *Universidad Anáhuac de México*, explica como el desarrollo y la difusión de información se han incrementado exponencialmente en todas las áreas del conocimiento debido a la madurez alcanzada por las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), especialmente durante la pandemia del coronavirus. Con el objetivo de analizar la difusión de la información sobre la COVID-19 y la propagación de las noticias falsas a través de las redes sociales, así como las estrategias implementadas por diversas autoridades y sitios web para combatirlas y disminuir su impacto en la sociedad, se llevó a cabo una investigación documental descriptiva con una metodología cualitativa e interpretativa. Después de examinar los documentos y la información publicada, como estudios de *Reuters Institute*, noticias de los medios *Expansión Política*, *El País* y *Aristegui noticias* o una entrevista a Rubén Uriel, catedrático de la *Universidad Valle de México* entre otros, pudieron concluir que las personas que comparten información en las redes sociales no siempre son conscientes del daño que pueden causar, y muchos lo ven como algo divertido e inofensivo, debido en parte a la falta de habilidades críticas para discernir la forma de manejar y compartir información y la incapacidad para identificar información válida y veraz. Estos hallazgos confirman la hipótesis de que, a menor alfabetización digital por parte de los usuarios de las redes, mayor es la desinformación y la proliferación de noticias falsas, lo que subraya la necesidad de que los medios redoblen sus esfuerzos para combatir este flagelo y ayuden a los usuarios de las redes sociales a desarrollar habilidades digitales que les permitan identificar información confiable y segura y descartar noticias falsas.

Por último, la *Revista Panamericana de Salud Pública* (2021) también publicó un artículo con el objetivo de examinar ciertas particularidades de las noticias falsas acerca de la COVID-19 que se difundieron en Brasil desde enero hasta junio de 2020. En él, Barcelos, Muniz, Dantas, Cotrim, Cavalcante y Faerstein (2021), realizaron una investigación en la cual se recopilaron noticias falsas relacionadas con la COVID-19, registradas durante este periodo de tiempo, en dos sitios web reconocidos (G1, perteneciente a la Corporación Globo, y el Ministerio de Salud), con el objetivo de clasificarlas según su contenido. Es importante remarcar que la segunda fuente se eligió

específicamente dada la posición negacionista que proyectaba el gobierno brasileño en primera instancia ante la pandemia del Covid-19 previa a modificar su posición. De cada noticia falsa se extrajeron diversos datos, tales como la fecha de circulación, título, canal de difusión (e.g. WhatsApp) y formato de divulgación (texto, fotografía o video), así como el portal de registro. Para determinar si la difusión de una noticia engañosa conllevaba un incremento en el número de búsquedas relacionadas con los términos encontrados en sus títulos, se analizaron tales términos en la herramienta *Google Trends*. Adicionalmente, se identificaron las macrorregiones brasileñas que presentaron el mayor aumento porcentual en las búsquedas relacionadas con los términos analizados. Los resultados obtenidos de la investigación indicaron la existencia de 329 noticias falsas relacionadas con la pandemia de COVID-19, distribuidas en dos sitios web analizados (253 en G1 y 76 en el Ministerio de Salud). Estas noticias fueron mayoritariamente difundidas a través de plataformas como *WhatsApp* y *Facebook*. En cuanto a su contenido, concluyeron que durante los primeros seis meses de la pandemia de COVID-19 en Brasil, las noticias falsas se caracterizaron por contenido político y desinformación acerca de casos y muertes, así como sobre medidas de prevención y tratamiento. Además, la principal forma de difusión fueron las redes sociales, con un mayor impacto en las regiones sudeste y nordeste del país.

4. Objetivos y preguntas propuestas

Este trabajo parte de la premisa o hipótesis: hubo un incremento de noticias falsas en redes sociales sobre la pandemia del Covid-19 que provocó una situación de desinformación en España. Para comprobarla, se procederá a dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación, las cuales servirán al mismo tiempo como eje principal de la estructura de este ensayo:

- ¿Qué número de noticias falsas fueron publicadas durante el primer año en el que se declaró la pandemia?
- ¿En que tipos de medios de comunicación suelen estar más presentes las *fake news*?
- ¿Han ganado mayor notoriedad las noticias falsas a lo largo de los años? ¿Somos capaces de identificarlas?

5. Metodología del trabajo

Con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas como objetivos de este trabajo, se procederá a la búsqueda de información y posterior análisis en relación con los temas mencionados como son las noticias falsas, la desinformación, la infodemia o las plataformas digitales y redes sociales que hoy en día son grandes fuentes de información en *Internet*. Además, se hará una investigación exhaustiva sobre ejemplos claros de noticias falsas que fueron diseminadas durante la pandemia, así como de otros casos con distinto origen y motivos, en los que la desinformación tuvo grandes implicaciones a la hora de desarrollarse una situación de crisis. De esta manera se tendrá una mejor comprensión sobre como funcionan este tipo de situaciones, a qué se deben y qué consecuencias pueden tener sobre los usuarios que consumen una información no verídica.

Para poder dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas anteriormente, en concreto, si se produjo una situación de comunicación de crisis a causa de la diseminación de noticias falsas durante la pandemia, el método de estudio que se aplicará es principalmente el estudio de datos de noticias falsas que se filtraron durante el año 2020 debido a que fue un período de tiempo en el que estuvimos más expuestos a todo tipo de información y al tratarse de una situación desconocida e incierta, se presentó una gran cantidad de información, la cual debemos verificar si es verdadera o no, ya que en aquel momento aún no se contaba con suficiente base científica. Se llevará a cabo un análisis con relación a las noticias sobre el Covid-19 y todo lo vinculado a esta pandemia a través de ejemplos de piezas de información publicados durante ese periodo de tiempo como referencia. Se recurrirán a fuentes específicas de información en las que se basa principalmente esta hipótesis como son las redes sociales y diversas plataformas digitales que influyen en el formato y nivel de propagación de este tipo de contenido.

Este trabajo de investigación se basa en un estudio de caso, una técnica de investigación cualitativa cuyo objetivo es alcanzar a través de un razonamiento deductivo las conclusiones pertinentes. Se analizarán concretamente las noticias más virales conocidas como “bulos” diseminados en España durante el primer año en el que se declaró la pandemia. Concretamente se analizarán aquellas que tuvieron un gran impacto e influyeron a los usuarios a llevar a cabo conductas inapropiadas y con escasez de base

científica, guiados únicamente por el miedo y confusión que provocó un estado de desinformación. También se desea estudiar y averiguar con qué posible fin se produjeron este tipo de filtraciones y a quién podrían beneficiar con esta infodemia. En cuanto al periodo analizado, es cierto que la pandemia no ha remitido todavía y por ello aún no se han dejado de publicar noticias relacionadas con ella hoy en día. Sin embargo, se acotará el periodo de estudio al primer año 2020, puesto que es en ese momento es donde más información nos llegaba acerca del virus y, por tanto, donde más contenido falso se difundió ante un desconocimiento mundial sobre lo que se estaba tratando y las previsiones que se planteaban a corto y medio plazo.

El trabajo se aproxima a una investigación evaluativa o normativa puesto que se pretende evaluar el impacto que tuvo un contenido específico de información para comprobar si se ha tratado de un fenómeno de desinformación como la infodemia y como consecuencia, ha producido una crisis de comunicación creando confusión e incitando a comportamientos erróneos en los ciudadanos.

6. Análisis y discusión de los resultados

En febrero de 2020 la OMS ya empezó a alertar sobre la infodemia que acompañaba a la pandemia del Covid-19. Una gran cantidad de información de la cual, sólo una pequeña parte era cierta y que por consecuencia impedía que los usuarios encontrasen información, con sus respectivas fuentes, en las que confiar. La pandemia de SARS Cov-2 ha incitado a la búsqueda y difusión de información sobre la salud y se trata de una situación que se da dentro del marco en el que *Internet* es, como sabemos, una gran fuente de información con datos que no siempre están regulados y que, por tanto, su veracidad es cuestionable. Esta información tiene un claro impacto e influencia sobre los usuarios, los cuales se encuentran con dificultad para juzgar qué información sobre la salud que proviene de esta plataforma, puede ser fiable dada la gran avalancha de noticias a la que a menudo estamos sometidos. Esta confusión, a menudo es producida debido al sustento científico del que carece este tipo de contenido, convirtiéndose en una causa de preocupación para la sociedad científica, los gobiernos y los propios usuarios que consultan con frecuencia este tipo de información.

Como se expondrá en este trabajo, se he demostrado que las noticias falsas sobre el Covid-19 en redes sociales ha supuesto un riesgo para la salud pública por varias razones. La primera, teniendo en cuenta como hoy en día el contenido y la diseminación de información crece rápidamente, jugando un papel crucial en especial cuando se trata de controlar una comunicación de riesgos de manera adecuada y efectiva. Por ello, la salud pública se ha visto influenciada al disminuir la eficiencia en las campañas dirigidas a la toma de conciencia, salud y bienestar de las personas. En segundo lugar, las noticias erróneas suelen estar narradas con un carácter personal o dentro de un *framing* de opinión que la mayoría de las veces induce a un estado de miedo y ansiedad. En la actualidad, las *fake news* suponen un problema grave ya que los usuarios no tienden a comprobar el contenido que están consumiendo y datos erróneos pueden provocar compras de pánico o la compra de medicamentos sin medida y sin receta médica, provocadas por ese miedo consecuente de la situación de desinformación en la que se encuentran. A pesar de que las redes sociales están tratando de regular su contenido, esto no ha detenido por completo las teorías conspirativas, las estafas y los engaños que cada vez más se dan a través de *Internet*. Por ello y en especial en lo que concierne a la salud, todo dato sobre la Covid-19 debería ir acompañada de la interpretación correcta por parte de los usuarios.

A continuación, se expondrán algunos ejemplos de noticias y piezas de información publicadas durante el 2020, año en el que se declaró la pandemia, con el fin de comprobar si finalmente se trató de una *fake new*. Todas las noticias provienen de plataformas *factcheck* como son *Newtral*, *Maldita* o *EFE verifica*, de medios de prensa nacionales o de distintas plataformas digitales dónde también tuvo lugar su difusión. En cada noticia se incluirá su procedencia para tener un mejor comprensión en su posterior análisis sobre los medios de difusión y como ha podido influir el contexto en el que se encontraba. Además, en aquellas identificadas como información fraudulenta, se llevará a cabo un análisis más detallado donde se contrastará información y se incluirán posibles intenciones y objetivos al final, englobando las noticias expuestas. Por último, se pretende analizar el número de casos que podemos encontrar en este periodo de tiempo, durante el año 2020, sobre noticias falsas entre la información hallada, para determinar si se dió una situación de infodemia y desinformación durante este periodo de tiempo sobre el Covid-19 en España.

6.1 Ejemplos de *fake news*

Los primeros ejemplos de información son seis casos de *fake news* que se difundieron a lo largo del año, principalmente por medio de redes sociales, como podremos observar, y que han sido identificadas y contrastadas por las diferentes agencias de *factcheck* que se mencionaban anteriormente. A continuación, se muestra un breve análisis de cada una de ellas:

En la *ilustración 1*⁸ podemos observar una imagen difundida a mediados de octubre de 2020 en redes sociales que plantea interrogantes acerca de la conveniencia de recibir la vacuna. En ella se enumeran una serie de componentes supuestamente presentes en las vacunas, pero que, sin embargo, carece de evidencia científica que respalde estas declaraciones. Asimismo, algunas de las afirmaciones realizadas se encuentran descontextualizadas, lo que puede inducir a engaño. La imagen está encabezada por el título *¿tienes pensado vacunarte? Dónde se exponen supuestos componentes de las vacunas*. En concreto, se mencionan sales de aluminio, acero inoxidable, plomo, tungsteno, cloro, níquel, cromo, titanio, glifosato, oxihidróxidos de aluminio, arsénico, mercurio, ADN fetal, retrovirus k endógenos, bromuro de cetiltrimetilamonio, formaldehído y polisorbato 80. Según la imagen, dichas sustancias han sido encontradas en diversos análisis de laboratorios independientes que no reciben financiamiento de las farmacéuticas. Adicionalmente, la imagen contiene códigos QR que permiten la vinculación a sitios web donde se presentan estos supuestos análisis realizados por laboratorios independientes (Lorenzo, 2020).

Sin embargo, no se dispone de evidencias científicas que avalen la presencia de algunos de los componentes mencionados, como el uranio. Asimismo, se reconoce que ciertos elementos como las sales de aluminio se utilizan en la fabricación de tratamientos, pero se ha demostrado que son inocuos (Lorenzo, 2020). En términos generales, la imagen presentada se sustenta en publicaciones que carecen de respaldo científico para respaldar las afirmaciones que se hacen en ella.

⁸ Todas las noticias y piezas de información mencionadas durante el análisis están disponibles en el *Anexo II* enumeradas como *ilustraciones* con sus respectivas referencias.

La siguiente noticia, *ilustración 2*, también se compartió a través de diversas plataformas digitales y de mensajería el mismo día que se decretó el estado de alarma en España, 14 de marzo de 2020. En ella se pueden observar varias imágenes que contienen sugerencias para prevenir el coronavirus, las cuales aparentemente fueron creadas por UNICEF. Se han comprobado que ni esas recomendaciones son efectivas ni son de UNICEF, tal y como ha confirmado la propia organización. A continuación, analizaremos cada una de las recomendaciones por separado para conocer las implicaciones de cada una de ellas:

La primera afirma que “hacer gárgaras con agua tibia y salada mata los gérmenes de las amígdalas y evita que se filtren a los pulmones”. Cuando la realidad es que, desde los inicios de la pandemia, una de las primeras teorías que la OMS desmintió, fue la de emplear una solución salina como medida de prevención ante el coronavirus. La OMS lo afirmó en un comunicado a *Agence France-Presse (AFP)* declarando que no existe evidencia alguna que respalde la eficacia del enjuague bucal con solución salina como método de protección contra esta enfermedad. Asimismo, la OMS ha rechazado otros métodos similares de utilización de una solución salina para el uso de las vías respiratorias (*Maldita*, 2020).

La siguiente pauta defiende que el coronavirus es incapaz de atravesar las mascarillas debido a su tamaño. Si bien es cierto, que el Ministerio de Sanidad recomienda el uso de mascarillas a las personas que presentan síntomas del coronavirus. Sin embargo, se considera que la medida más efectiva para prevenir la propagación del virus es que las personas enfermas permanezcan en casa y eviten el contacto con otras personas. Por lo tanto, se puede afirmar que el uso de mascarillas no es una medida irrefutable que garantice la prevención del contagio.

Por último, esta información termina sosteniendo que "el coronavirus no se transmite por el aire". Esta afirmación no es correcta, es importante destacar que las partículas respiratorias son una vía de contagio del virus, por lo que se recomienda tomar medidas para protegerse de los virus respiratorios. De acuerdo con las directrices emitidas por el Ministerio de Sanidad español recomienda el uso de mascarillas a personas que presenten síntomas de COVID-19 y sugiere además evitar el contacto cercano con otras

personas manteniendo una distancia de aproximadamente un metro en caso de presentar algún tipo de síntomas para así, disminuir el riesgo de contagio (*Maldita*, 2020).

Respecto a la *ilustración 3*, se trata de una noticia en particular que se hizo bastante viral días antes de establecerse el confinamiento en España, el 14 de marzo de 2020. Durante las primeras semanas en las que se decretó el estado de alarma y confinamiento en España, a través de las plataformas de redes sociales, se compartieron vídeos que muestran multitudes de personas aglomeradas a las puertas de supermercados y supuestos saqueos, los cuales se atribuyen a las medidas que habían sido recientemente implementadas debido al brote de coronavirus en España.

No obstante, el vídeo que muestra una gran cantidad de personas esperando la apertura de una tienda ALDI no fue grabado en España, sino en Alemania en el año 2011. Se difundió ampliamente en las redes sociales un vídeo que se presentaba como si hubiese sido grabado en Vitoria o Carabanchel en Madrid, y posteriormente se ha compartido de forma engañosa como si fuera en Italia. Sin embargo, se trata de un bulo ya que el vídeo en cuestión no es reciente, fue filmado en un supermercado ALDI de la ciudad alemana de Kiel en el año 2011. El vídeo original se encuentra disponible en *YouTube* bajo el título: *Venta especial de ALDI en Kiel - de 2011!!*, el cual fue publicado el 31 de enero de 2011. En la descripción de la publicación, el autor del vídeo explica que se trata de una grabación de la venta especial de productos electrónicos que tuvo lugar en el ALDI aquel día. Además, se aclara que el vídeo "no tiene nada que ver" con el coronavirus (*Maldita*, 2020). Por lo tanto, finalmente se demostró que algunos de estos vídeos, no fueron filmados ni en Vitoria-Gasteiz, ni en Madrid, ni en cualquier ciudad italiana. En realidad, son grabaciones antiguas que se están utilizando con el propósito de difundir información errónea sobre la situación relacionada con el coronavirus COVID-19.

De igual forma, surgió una difusión viral en las redes sociales de un vídeo que supuestamente muestra un saqueo a un supermercado causado por el coronavirus en Vitoria-Gasteiz. Sin embargo, dicha afirmación también es falsa, puesto que el vídeo en cuestión no registra ningún saqueo por la pandemia y tampoco fue grabado en España. En realidad, el vídeo muestra escenas de saqueos que ocurrieron durante las protestas que tuvieron lugar en Chile en octubre de 2019, específicamente en San Ramón, Santiago. Los primeros seis segundos del vídeo sólo muestran la falta de productos en un

supermercado, a partir de los cuales se intercalan imágenes de los saqueos que, como se ha mencionado anteriormente, no fueron filmados en Vitoria (Maldita, 2020).

Las vacunas también han generado un gran foco de atención durante esta pandemia, y son muchos los que también han querido hacerse eco del tirón mediático. La *ilustración 4* muestra ciertos mensajes que se estuvieron divulgando a través de aplicaciones de mensajería instantánea como *WhatsApp* y plataformas de redes sociales, información que carece totalmente de fundamento científico.

Durante varios días en junio de 2020, se difundieron en las redes sociales *Facebook* y *Twitter* mensajes que relacionan el origen y la propagación del brote de COVID-19 con la vacuna contra la gripe. Algunos de estos mensajes afirmaban que las vacunas eran las causantes de los fallecidos y que hubo tantas defunciones porque la mayoría de las personas afectadas por el coronavirus se habían vacunado contra la gripe. Un audio en particular se ha vuelto especialmente viral, compartido a través de *WhatsApp* y replicado en *YouTube* y en otras redes sociales, en el cual una mujer asegura que el COVID-19 no llegó de China en febrero, sino que fue inyectado a través de las vacunas contra la gripe en octubre del año anterior, quedando latente durante meses en el sistema nervioso de los afectados hasta que afloró cuando sus organismos acumularon un alto nivel de carga viral. La autora del audio sostiene que el coronavirus, que pudo haber contaminado a un 5 % de las vacunas contra la gripe inyectadas, contiene inserciones de otros virus como el VIH, el SARS o el herpes, y era extremadamente agresivo en marzo debido a la acumulación de carga viral desde octubre, lo que provocó graves cuadros de colapso. Una vez que se transmitió de persona a persona, la autora afirma que los síntomas fueron más leves. La mujer argumenta que los casos graves conocidos en marzo afectaron a colectivos vacunados como personas de la tercera edad, personal sanitario y algunos deportistas; también recalca que la vacuna contra la gripe debilita el sistema inmunológico. Además, asegura que no hay pruebas que demuestren que la vacuna protege contra la gripe y que, por lo tanto, se puede prescindir de ella (Maldita, 2020).

En contraste con lo anterior, de acuerdo con los expertos consultados, las afirmaciones que relacionan el origen y la propagación del COVID-19 con la vacuna contra la gripe carecen de fundamento científico. El SARS-CoV-2 no tiene relación con el virus de la gripe, el herpes o el VIH, y el periodo de incubación de los primeros casos

de coronavirus no coincide con la organización de la campaña de vacunación contra la gripe. Además, haberse inyectado la vacuna contra la gripe ni previene ni aumenta el riesgo de COVID-19. El doctor Jesús Castilla (2020) del Grupo de Trabajo de Vacunas de la Sociedad Española de Epidemiología (SEE), afirma que las vacunas de la gripe son muy seguras y que se someten a estrictos controles de calidad y supervisión por las agencias de medicamento europea y española (*Maldita*, 2020). Por lo tanto, no existe ninguna sospecha seria que las relacione con la COVID.

Asimismo, el doctor Castilla (2020), especialista en Medicina Preventiva y Salud Pública, señala que las vacunas se administraron en España principalmente entre septiembre y noviembre, mientras que los casos de COVID-19 empezaron a aparecer a finales de febrero. Por lo tanto, el periodo de incubación del coronavirus no podría explicar un origen relacionado con la vacunación. El doctor Joan Ramón Villalbí (2020), ex presidente y actual integrante de la Junta Directiva de la Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria (Sespa), también destaca que son dos virus diferentes y que las vacunas se elaboraron meses antes del surgimiento de la COVID-19 en China, utilizando una composición que fue recomendada con antelación por la OMS.

De igual modo, según expertos consultados, la vacuna contra la gripe no presenta ningún riesgo. En relación a la tesis que relaciona la COVID-19 con la vacuna de la gripe, algunos han mencionado un estudio científico estadounidense publicado en octubre de 2019 titulado *Vacunación contra la gripe e interferencia del virus respiratorio entre el personal del Departamento de Defensa durante la temporada de gripe de 2017 a 2018*. Sin embargo, las conclusiones de este estudio no demostraron interferencia de virus respiratorios en la población vacunada contra la gripe. De hecho, el propio autor del estudio, el epidemiólogo Gregory Wolff, aclaró en abril pasado que sus resultados no se relacionan con la COVID-19 y tampoco apoyan las tesis anti-vacunas, ya que los vacunados tenían menos probabilidades de infección por otros virus respiratorios. El doctor Jesús Castilla explica que si se compara la incidencia de COVID-19 entre personas de igual edad y situación de riesgo, unas vacunadas y otras no, se puede comprobar que la vacuna contra la gripe ni previene ni aumenta el riesgo de COVID-19, lo cual es lógico porque el componente inmunológico de la vacuna contra la gripe no tiene ninguna relación con la composición antigénica del coronavirus (*Maldita*, 2020).

La controversia en torno al coronavirus también ha surgido con otros elementos, como las mascarillas. En la *ilustración 5*, también en el verano de 2020, se pudieron observar en diversas plataformas, como *Twitter*, mensajes negacionistas respecto a la pandemia de COVID-19. Respaldados por una información publicada en una web española el día 17 de agosto de 2020 con el título *El Consejo General de Colegios Oficiales de Médicos (CGCOM) sobre el uso de mascarillas*: “No sirven de nada al aire libre” (*Twitter*, 2020). Según dicha publicación, el CGCOM habría emitido una nota de prensa en la que se afirmaba que las mascarillas no son efectivas en exteriores ni en lugares donde no hay transmisión local de la COVID-19, y que la enfermedad aún puede ser erradicada. Sin embargo, cabe destacar que el CGCOM no desaconsejó el uso de mascarillas al aire libre con la afirmación de que no son efectivas en esta situación, como se difundió en redes sociales a partir de una publicación engañosa que intentaba dar apariencia de actualidad a un análisis realizado en febrero. No obstante, en aquel momento, 26 de febrero de 2020, en un comunicado emitido por el CGCOM, se afirmaba que las mascarillas no eran efectivas al aire libre ni en lugares donde no existía transmisión local de la COVID-19, como era el caso en España en ese momento, ya que solo se había diagnosticado un contagio en suelo español. En lugar de enfatizar el uso de mascarillas, el CGCOM promovía el diagnóstico temprano, el aislamiento de pacientes y la cuarentena de contactos como medidas prioritarias en ese momento. El Consejo también animaba a la población a no acumular mascarillas para evitar generar alarma y escasez. Sin embargo, en mayo, el CGCOM recomendó el uso de mascarillas en ciertas circunstancias para la población en general y ahora defiende su uso generalizado, en línea con las autoridades sanitarias. A pesar de ello, un diario médico digital publicó una información sobre el comunicado el 26 de febrero con el título mencionado previamente. Además, otra web, el 17 de agosto, reprodujo esa misma información sin aclarar que no era actual, lo que ha llevado en conjunto a una interpretación errónea de las recomendaciones del CGCOM (*EFE verifica*, 2021).

Aun con todo, los colegios de médicos están tomando medidas contra los negacionistas. Según fuentes consultadas por *EFE verifica* (2021) en el CGCOM, en febrero, cuando se emitió el comunicado en cuestión, la crisis sanitaria aún no había sido clasificada como una pandemia por la OMS. Estas fuentes también enfatizan que el CGCOM promueve el uso de las mascarillas y está llevando a cabo medidas contra los llamados *negacionistas*.

Por último y siguiendo con la temática de las mascarillas, en la *ilustración 6*, expertos consultados por *EFE verifica (2021)* señalan que algunos mensajes falsos compartidos en redes sociales en julio de 2020 aseguran que el uso de mascarillas por parte de empleados de supermercado está causando casos de pleuresía, una complicación atípica de la COVID-19. Estos mensajes se han viralizado en redes sociales y diferentes blogs, donde se insiste en que el uso prolongado de las mascarillas genera una forma inducida de pleuresía. También se han compartido otros mensajes similares en redes sociales, que incluyen el testimonio de un padre cuya hija habría sufrido pleuresía por el uso prolongado de una mascarilla en su trabajo en un supermercado.

Sin embargo, en ningún caso, indican los expertos, que esta inflamación de la pleura está provocada por el uso de mascarillas, al contrario, se trata de un equipamiento de protección recomendado por las autoridades sanitarias. Señalan que estas afirmaciones son falsas y no están basadas en hechos científicos. Por lo que a pesar de lo que se asegura en estos mensajes, el uso de mascarillas no es la causa de la pleuresía. Asimismo, los expertos consultados constatan que llevar mascarilla no produce hipoxia, que la pleuritis es una complicación poco común de la COVID-19 y que de igual forma, no se están registrando casos de pacientes con esta afección debido al uso de mascarillas. Apuntan que la pleuresía, también conocida como pleuritis, es una inflamación de la membrana que cubre los pulmones y el tórax, llamada pleura, que puede causar dolor torácico al respirar profundamente o toser. Sin embargo, la fotografía que acompaña a estos mensajes que alertan sobre la pleuresía relacionada con el coronavirus y las mascarillas no tiene relación con la COVID-19 y tampoco es actual, como se puede comprobar a través de una búsqueda inversa de la imagen en *Internet*. Esta radiografía, tomada en 2005, muestra Leves derrames pleurales bilaterales en un paciente con linfoma de Hodgkin, según detalla el pie de foto de la imagen en la entrada sobre el derrame pleural del Manual médico de la farmacéutica Merck, donde se publicó (*EFE verifica, 2021*)

En definitiva, el uso de mascarillas no produce hipoxia, es decir, no provoca déficit de oxígeno en el organismo. Si bien el uso prolongado de mascarillas puede generar una sensación de ahogo, no hay evidencia que demuestre que su uso pueda producir hipoxia, acidificación del organismo o intoxicación por inhalación del propio CO₂, como afirman algunos mensajes que circulan en redes sociales. Mas allá, de acuerdo con el doctor Jaime Barrio, del Consejo Científico del Colegio Oficial de Médicos de

Madrid (Icomem), las mascarillas están fabricadas con materiales que permiten la entrada de oxígeno y la eliminación del dióxido de carbono. Es cierto que el uso prolongado puede limitar la entrada de aire y generar incomodidad durante la práctica de deportes. No obstante, no hay pruebas que sugieran que el uso de mascarillas pueda provocar pleuresía o hipoxia, tal como aseguran algunos mensajes falsos. Como señala el neumólogo del Hospital Princesa, no se ha reportado ningún caso de este tipo y no se espera que se presente.

Como hemos podido observar a lo largo de estos ejemplos existen diversos tipos de desinformación que podemos encontrarnos a menudo. Desde *contenido engañoso* creado por ejemplo a partir de la reformulación de historias como el comunicado por parte del CGCOM, donde también hemos podido identificar *contenido impostor* y *conexión falsa*. Así como, la *conexión y contexto falso* que hemos localizado en las noticias publicadas con material audiovisual, donde los vídeos habían sido manipulados y su único objetivo era atraer el *clickbait* y la atención de la gente, confundiéndoles y haciéndoles creer en sucesos que realmente no estaban teniendo lugar en España, como el desabastecimiento en los supermercados. Estos han sido modificados y transformados a lo largo de su período de difusión, sin embargo, también existen otro tipo de desinformación, elaborando *fake news* con *contenido falso* desde el inicio de su creación, como son los mensajes, audios e imágenes difundidos a través de redes sociales sobre compuestos de la vacuna, su relación con la gripe como medio de propagación o medidas y directrices falsas establecidas sin ninguna base científica, entre otros.

Asimismo, el objetivo de este trabajo era comprobar las posibles motivaciones detrás de estas divulgaciones. En el conjunto de noticias expuestas previamente, podemos encontrar la *provocación* como medio para, en primer lugar, incitar a los usuarios a pinchar en el titular y ver la noticia completa y en segundo lugar, compartirla con su red de contactos y así ganar mayor notoriedad y difusión en la población. En este aspecto, también podríamos ver reflejada la *pasión*, en el sentido de que el deseo por parte de los creadores de este tipo de contenido sea buscar la confusión y sembrar el caos entre la gente, dando lugar por ejemplo a gran cantidad de aglomeraciones. También es importante señalar el *partidismo*, y una de las ideas fundamentales que encontramos en él, como es la responsabilidad de cada uno de nosotros en decidir qué tipo de información compartimos con nuestro entorno y si de esta manera estamos contribuyendo a la guerra

de desinformación, aceptando, y más allá, difundiendo noticias de cuestionable veracidad sin haber verificado antes al autor del contenido, impulsados únicamente por el miedo, sentirse desconcertados y queriendo informar de nuevos peligros a nuestros más allegados. De igual forma el *provecho*, también puede ser un incentivo puesto que la manipulación de la información se ha vuelto más sencilla. Esto lo podemos ver reflejada en la rápida difusión que adquieren los mensajes en redes sociales y cuya supervisión aún no es del todo efectiva ya que se produce después de que la información ya haya tenido un alcance y repercusión en la sociedad. Por último, la *propaganda*, se podría decir que esta implícita en cada uno de los ejemplos expuestos porque sienta las bases para la difusión falsa o errónea a través del marketing digital. El consumo de información online se ha disparado debido a al volumen disponible en *Internet*, sin embargo, como hemos comprobado, estas plataformas son el medio utilizado para contenido engañoso.

6.2 Ejemplos de noticias verídicas

A continuación, se mostrarán algunos ejemplos de noticias e información verídica publicada durante el mismo periodo de tiempo en 2020:

La primera noticia reflejada en la *ilustración 7*, informa sobre las pruebas diagnósticas que el Ministerio de Sanidad llevó a cabo en individuos que presentaban síntomas leves en marzo de 2020. En ella se explica como el director general de la OMS, Tedros Adhanom, pidió que se realicen pruebas de Covid-19 a todo tipo de personas para identificar cuanto antes los contagios y aislarlos del resto de la población, no sólo a los casos más graves. El director, en aquel momento, del Centro de Alertas y Emergencias Sanitarias de España, Fernando Simón, reconoció que España a 17 de marzo de 2020, había superado los 11.000 contagios confirmados y que, en línea con la petición de la OMS, las pruebas a los casos más leves volverán a retomarse en pocos días. Hasta ese momento, 455 profesionales sanitarios dieron positivo por coronavirus en España, se produjeron 491 fallecimientos, 1.028 altas por curación y 563 personas permanecían ingresadas en UCI.

Al contrario que en los casos anteriores, esta noticia relata eventos que tuvieron lugar en ese momento, hace referencia a estudios científicos mencionados en la

declaración de la que se está informando y proporciona información de fuentes confiables, como la comparecencia de Simón ante los medios de comunicación después de la reunión del Comité de Gestión Técnica del Coronavirus (Ibañes, 2020)

Asimismo, hemos podido comprobar como en situaciones de incertidumbre y ante lo desconocido, existía una gran especulación sobre los posibles componentes de las vacunas que en ese momento se estaban desarrollando. La *ilustración 8*, muestra como también en marzo de 2020 se descubrió por parte de científicos australianos la respuesta inmunológica frente al coronavirus. La noticia fundamenta como un equipo de investigadores del *Instituto de Infección e Inmunidad Peter Doherty* de la *Universidad de Melbourne* descubrió que la reacción del sistema inmunológico contra el COVID-19 es similar a la que se presenta frente a la gripe. Adema menciona un artículo publicado en la revista *Nature Medicine* dónde los científicos estudiaron muestras de sangre de una paciente infectada con el coronavirus de 47 años, y descubrieron que las células que combaten el virus son similares a las que combaten la gripe. Este descubrimiento fue de gran importancia en la búsqueda de una vacuna contra el COVID-19 y agregó valor añadido, ya que la información obtenida permitió evaluar candidatos para ser vacunados, puesto que la vacuna ideal debería imitar la respuesta inmunológica del cuerpo humano (EFE, 2020).

Del mismo modo, se han dado muchos bulos sobre el confinamiento y sus implicaciones como posibles multas para aquellos que lo incumpliesen. Sin embargo, en el extracto de información de la *ilustración 9*, podemos identificar como al tratarse de un comunicado oficial no hay lugar a error ni malentendidos que puedan provocar una situación de desinformación. Se trata de una declaración del Consejo de Ministros publicado por la página oficial de la Moncloa a modo informativo el 14 de marzo de 2020. Explica de manera fundamentada, como el Gobierno de España ha declarado el estado de alarma, en virtud del artículo 116 de la Constitución, para proteger la salud de los ciudadanos, contener la propagación del COVID-19 y fortalecer el sistema de salud pública (La Moncloa, 2020). Asimismo, en esta página encontramos el decreto que el Gobierno emitió sobre el estado de alarma con el fin de abordar la propagación del coronavirus COVID-19.

Podemos observar cómo desarrollan el contenido del decreto delimitando su periodo de aplicación y abordando temas y directrices sobre el transporte y desplazamiento, cese de la actividad escolar, cierre del ocio, limitar la hostelería a domicilio y el anuncio de nuevas medidas de apoyo económico y científico. Además, proporciona nueva información sobre cómo se iba a reforzar el sistema de salud esclareciendo la disposición de todos los medios sanitarios, tanto civiles como militares, públicos y privados. Finalmente, reconoce la labor de los profesionales de la salud, autoridades públicas y fuerzas de seguridad del Estado, agradeciendo la colaboración de investigadores, empresarios, medios de comunicación y cuidadores de personas vulnerables (La Moncloa, 2020). Con este ejemplo podemos comprobar cómo se establecen hechos y medidas oficiales, y de esta forma, se evita cualquier tipo de especulación o engaño que haya podido ocurrir en relación con la llegada del coronavirus a España en 2020.

Por último, las diversas noticias que han surgido con información y datos contradictorios sobre el coronavirus y sus implicaciones han llevado a una posible confusión y falta de claridad sobre la situación real en la que nos encontrábamos. En la siguiente noticia, reflejada en la *ilustración 10*, podemos encontrar cifras reales del número de casos y víctimas que estaban teniendo lugar en España durante las primeras semanas en las que se declaró la pandemia.

Junto a otras noticias relevantes acerca del coronavirus, muestra como a 28 de marzo de 2020, en España se registraron hasta ese momento 72.248 casos de Covid-19, con 5.690 muertes y 12.285 personas curadas con el 8,8% del personal sanitario contagiado necesitando hospitalización. Describen como los quince días posterior al decreto del estado de alarma, se vivió la etapa más crítica de la pandemia, según, en ese momento, el ministro de Sanidad, Salvador Illa, y el director del Centro de Coordinación de Emergencias Sanitarias, Fernando Simón (2020). A finales de marzo, España se encontraba en la segunda fase del aislamiento impuesto por el Gobierno debido a la pandemia. No obstante, el ministro de Sanidad informó de que los datos indicaban una fase de estabilización de la curva de contagios, lo cual sería positivo para la población, aunque se alcanzaría el pico de contagios mucho más adelante. Por último, la noticia destaca como España se convirtió en el segundo país con más casos de coronavirus en el mundo, después de que Estados Unidos superara a China (Redacción Médica, 2020).

Como se puede observar, es vital proporcionar datos certeros y no al azar, puesto que estos tendrán distintas repercusiones en nuestro entorno. Es importante conocer la importancia sobre la información que se divulga así como las magnitudes que pueden llegar a alcanzar. Dicho esto, es un hecho que la información y más allá, la información falsa se comparte más rápido a través de *Internet*, en especial en sus plataformas digitales donde encontramos la interacción en las redes sociales, que impulsan una mayor difusión de *fake news* produciendo un mayor alcance en un breve periodo de tiempo. A diferencia de la información obtenida de fuentes más rigurosas, como hemos podido observar en este estudio a través de las noticias presentadas por periódicos nacionales, estas fuentes a menudo adquieren información de fuentes oficiales actualizadas con el fin de relatar los hechos de manera precisa y evitar la propagación de contenido erróneo. Por lo tanto, se descarta la noción de que el fácil acceso a la información disponible en la actualidad nos proporciona datos precisos y seguros, defendiendo el derecho de la población a la verdad.

Para este trabajo se ha analizado una muestra muy reducida debido a la extensión con la que se debe cumplir, por ello este ensayo no representa la totalidad de los bulos difundidos en España durante el período indicado, sino que refleja únicamente los bulos verificados por las tres plataformas mencionadas. Por ello es muy difícil determinar si finalmente se produjo un caso de desinformación en el país dada la falta de muestra necesarias para llegar a esta conclusión. En consecuencia, se ha comparado estos resultados a los de un estudio similar realizado por Salaverría, López-Pan, López-Goñi, Buslón, León y Erviti en 2020, a mayor escala con un número de 292 noticias falsas diseminadas entre el 14 de marzo y 13 de abril de 2020. En él, se demuestra la trascendencia en la divulgación de *fake news* que tienen las diversas plataformas. A continuación, se mostrarán sus resultados en las *Tablas 1 y 2* donde se expondrán los datos más relevantes que detallan exhaustivamente el medio y el formato en el que se difunden las noticias falsas durante el primer mes después tras la declaración del estado de alarma en España.

Tabla 1. Plataforma de difusión de los bulos (N=304*)⁹

Plataforma		Nº de bulos	Porcentaje
Redes sociales	<i>WhatsApp</i>	75	24,7%
	<i>Twitter</i>	43	14,1%
	<i>Facebook</i>	14	4,6%
	<i>YouTube</i>	11	3,6%
	<i>Instagram</i>	2	0,7%
	Sin especificar**	126	41,4%
Medios periodísticos		12	4,0%
Otras plataformas		21	6,9%
Total		304	100%

Fuente: Salaverría, López-Pan, López-Goñi, Buslón, León y Erviti, 2020

Tabla 2. Formato de los bulos (N=292)

Plataforma	Texto	Foto	Audio	Vídeo
<i>WhatsApp</i>	63	19	10	6
<i>Twitter</i>	39	15	2	14
<i>Facebook</i>	12	8	1	3
<i>YouTube</i>	2	1	0	10
<i>Instagram</i>	2	2	1	0
Redes sin especificar	90	55	9	29
Medios periodísticos	15	5	1	3
Total	223	105	24	65

Fuente: Salaverría, López-Pan, López-Goñi, Buslón, León y Erviti, 2020

Los datos en *Tabla 1* revelan que las redes sociales, tanto las identificadas como las no especificadas, son con gran diferencia el principal canal de difusión de noticias falsas (89,1%). Le siguen los medios periodísticos (3,9%) y otras plataformas diversas (6,9%). Entre las redes sociales identificadas, *WhatsApp* es la plataforma donde se observa el mayor número de noticias falsas, seguida de *Twitter*, *Facebook* y *YouTube*,

⁹ *La difusión de ciertos rumores se produjo en múltiples plataformas simultáneamente, lo que justifica por qué el número total de ocurrencias (N=304) en esta tabla es superior al número de rumores de la muestra (N=292).

**La categoría de redes sociales "sin especificar" abarca cualquiera de las redes sociales mencionadas en la tabla, así como otras redes diferentes o una combinación de ambas.

siendo *Instagram* el menos utilizado (Salaverría, López-Pan, López-Goñi, Buslón, León y Erviti, 2020).

Asimismo, resulta relevante analizar los formatos comunicativos más comunes en la difusión de noticias falsas en cada plataforma como se puede observar en la *Tabla 2*. La mayoría de las *fake news* se propagan a través del formato más básico y manipulable, el texto, y mediante redes de mensajería cerradas, como *WhatsApp*. Aunque menos frecuentes, también se detectó un número significativo de noticias falsas basadas en otros formatos multimedia, como la foto, el audio y el vídeo, siendo estos últimos más comunes en redes abiertas como *Twitter*. Por último, el estudio también señala como en *YouTube* predominan las noticias falsas basadas en vídeo, aunque también suelen incluir elementos textuales y fotográficos para construir sus engaños (Salaverría, López-Pan, López-Goñi, Buslón, León y Erviti, 2020). Teniendo en cuenta el conjunto de datos y resultados hallados en esta investigación junto con la muestra analizada en este estudio, se puede determinar que en efecto, se produjo una situación de infodemia creando potenciales situaciones de crisis debido al estado de desinformación generado en España con relación a las noticias e información diseminada a lo largo del año 2020.

7. Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo consistió en comprobar si hubo un incremento de noticias falsas en redes sociales sobre la pandemia del Covid-19 que provocó una situación de desinformación en España. Para ello, se plantearon las siguientes preguntas para vertebrar la investigación a las que se han dado respuesta a lo largo de este trabajo:

- *¿Qué número de noticias falsas fueron publicadas durante el primer año en el que se declaró la pandemia?*

El número de noticias falsas expuestas en este trabajo se basó en una búsqueda exhaustiva de noticias relacionadas con la pandemia en el año 2020, con el propósito de seleccionar una muestra que permitiera analizar su modo de difusión y alcance en la población española. De esta forma, se identificaron seis noticias falsas y cuatro noticias verídicas para su posterior análisis. Cabe destacar que la selección de las muestras no fue

aleatoria, sino que se llevó a cabo un proceso de búsqueda y selección específico. A pesar de todo ello, como se ha mencionado anteriormente, el número de muestras no llega a ser representativo para indicar con mayor certeza el número de noticias falsas y porcentaje del total de información que se diseminó en relación con la pandemia del Covid-19 durante el año 2020 a partir de la fecha en la que se declaró el estado de alarma en España.

Al respecto, cabe destacar los resultados del trabajo desarrollado por Lázaro y Herrera (2020) dónde se encontró particularmente interesante la coincidencia del aumento del número de noticias con el decreto de estado de alarma del 14 de marzo en España, aumentando su volumen hasta casi triplicarse. Datos que coinciden con las respuestas obtenidas en el estudio de San Miguel, Sánchez-Gey Valenzuela, y Zambrano (2022) dónde un 61,1% de los periodistas encuestados mantienen que durante la pandemia se dieron un mayor número de informaciones falsas o poco contrastadas en comparación con otros momentos. En este aspecto, también señalaron la incertidumbre como tendencia en esta cuestión y la infodemia que se produce en consecuencia del tipo de comunicación de crisis, en este caso por la desinformación acerca del Covid-19.

- *¿En qué tipos de medios de comunicación suelen estar más presente las fake news?*

Este trabajo se ha basado en el análisis de diferentes artículos y extractos de información provenientes de diversos medios de comunicación. Algunos han demostrado ser de contenido falso o erróneo analizados por diferentes plataformas de verificación *factchecking* certificadas. En términos generales no se ha podido proporcionar suficiente información específica sobre otras redes sociales en las que los bulos de la muestra han sido difundidos. En consecuencia, resulta difícil evaluar adecuadamente el papel desempeñado por *Facebook*, *Instagram* o *YouTube* en la propagación de noticias falsas relacionadas con la Covid-19. Sin embargo, cabe destacar que los extractos de información no verídica analizados en este trabajo provenían en su mayor parte por los propios usuarios de las plataformas *Twitter* y *WhatsApp*, por lo que es evidente que las redes sociales en su conjunto siguen siendo el principal entorno de propagación de los bulos, muy por encima de los medios periodísticos y de otros canales de comunicación interpersonal como el correo electrónico o los SMS. Esto coincide con los resultados del artículo por Barrientos-Báez, Martínez-Sala, Altamirano y Caldevilla Domínguez (2020) quienes resaltan como en la actualidad, el público se ha convertido en editor de su propia

información y desinformación. Por lo tanto, resulta fundamental contrastar la información leída o escuchada para determinar su veracidad y así formar una opinión auténtica, libre de influencias o desinformación. Sin embargo, este análisis también afirma como las *fake news* no sólo están presentes en redes sociales, sino que en líneas generales, se transmiten en todos los medios de comunicación, con el ejemplo de programas con audiencia para ilustrar esta idea.

A pesar de carecer de más ejemplos sobre otros medios digitales, cabe completar este trabajo con los hallazgos encontrados por el estudio de Lázaro y Herrera (2020) dónde observan que una gran cantidad de noticias publicadas sobre el Covid-19 provienen de medios digitales. En consecuencia, destacan el papel que los medios digitales han tenido en España, siendo cruciales en la difusión de noticias relacionadas con la pandemia, ya que se ha producido un aumento considerable en el volumen de noticias desde el inicio del estado de alarma. Por tanto, también concluyen que los medios digitales han desempeñado un papel principal en la propagación de información sobre Covid-19.

- *¿Han ganado mayor notoriedad las noticias falsas a lo largo de los años? ¿Somos capaces de identificarlas?*

Recientemente, la propagación de noticias falsas en el ámbito internacional ha estado más relacionada con la salud y la ciencia, lo cual puede atribuirse al hecho de que la investigación entorno a tratamientos y medidas preventivas para el coronavirus se lleva a cabo a nivel internacional. Además, al tratarse de una pandemia, el interés por estas noticias ha sido global. A pesar de esto, son los gobiernos nacionales los que han enfrentado principalmente la gestión de la crisis de Covid-19, por lo que los bulos nacionales suelen estar más relacionados con asuntos políticos. Por otro lado, en el ámbito local, los temas científicos y políticos pierden relevancia a favor de otros temas relacionados con la actividad social y la seguridad ciudadana en esas áreas cercanas.

A pesar de estar expuestos a la difusión de noticias por diversos medios y ser conscientes del aumento de noticias falsas en los nuevos escenarios sociopolíticos de incertidumbre, España se sitúa como uno de los países de la Unión Europea con mayor número de noticias falsas, con un 83% de los españoles que afirman encontrarse a menudo

con *fake news* en *Internet*, mientras que la media europea se sitúa en el 69% (Abogacía española, 2020). Frente a estos datos, según el informe del Eurobarómetro (2020) sólo el 14% de los españoles son capaces de detectar las noticias falsas, mientras que el 40% tiene dificultades para identificar noticias distorsionadas o erróneas, una cifra superior a la media de la UE. La proliferación de estas noticias falsas, que inundan tanto las páginas web como las redes sociales, genera confusión y altera la percepción de la realidad de los ciudadanos. Estos datos coinciden con las conclusiones de Vázquez Luna (2020) quién explica como en cierta medida, la carencia de habilidades críticas para el uso y divulgación de información, así como la incapacidad para identificarla como válida y veraz, llevo a la conclusión de que las personas que comparten información en las redes sociales no siempre son conscientes de los perjuicios que pueden ocasionar y la infodemia que tienen el potencial de provocar como consecuencia.

Ante esta situación, la fiscal general del Estado, Dolores Delgado, ha declarado que es necesario reformar el Código Penal para poder mejorar la respuesta judicial a este tipo de conductas. Por su parte, el Consejo General de la Abogacía Española ha puesto en marcha la campaña *#YoNoPasoBulos*, cuyo objetivo es ayudar a los internautas a detectar las noticias falsas y poner freno a las *fake news*. La campaña promueve la reflexión y verificación antes de compartir cualquier información, y recuerda que, si se tiene la más mínima duda sobre su veracidad, es mejor no compartirla (Abogacía española, 2020).

El presente estudio no tiene la intención de llegar a conclusiones generalizadas, ya que se trata de un Trabajo de Fin de Grado y como se ha mencionado anteriormente, la muestra analizada es muy limitada debido a las restricciones de extensión del trabajo. Por lo tanto, este ensayo no representa la totalidad de los rumores difundidos en España durante el período señalado, sino que refleja solamente los rumores verificados por las tres plataformas de *factchecking* mencionadas. Por consiguiente, es complicado determinar a partir de este estudio si se produjo finalmente un caso de desinformación en el país, dada la insuficiencia de la muestra necesaria para llegar a dicha conclusión. Existen varias cuestiones sociales, políticas y económicas de las que se hacen uso para difundir noticias falsas dado a la incertidumbre que presentan, sin embargo, la pandemia de COVID-19 es particularmente relevante debido a sus implicaciones en la salud. Por

estos motivos, sería de gran interés seguir investigando el tema de las noticias falsas, ya que es un tema recurrente en nuestra vida diaria y nos afecta directamente.

En definitiva, es esencial un buen uso de la comunicación para controlar situaciones de emergencias, como en el caso de la pandemia Covid-19, que tratan altos casos de mortalidad e infección. Puesto que un uso inadecuado de este medio con el alcance potencial que tiene, pueda aumentar la percepción de peligro e inducir a comportamientos fuera de lugar como son seguir unas directrices erróneas que pueden dañar la salud o que se produzcan situaciones de escasez y desabastecimiento entre otras. Por ello, al igual que lo hace la *Revista Española de Comunicación en Salud* (2020) a través de consejos útiles para mitigar los efectos negativos de la comunicación durante la pandemia del Covid-19, se sugiere adoptar una postura crítica respecto a la información expuesta y se invita a buscar fuentes confiables y basadas en evidencia científica para obtener información precisa sobre cualquier tipo de búsqueda de información. Asimismo, se debe tener precaución al compartir información en línea y verificar la veracidad de las fuentes, dado que es importante verificar la actualidad de la información antes de compartirla y así evitar la propagación de información errónea por nuestra parte.

8. Referencias

- Abogacía Española. (19 de noviembre, 2020). *El 40% de los españoles no identifica las noticias falsas: participa en la campaña*. Abogacia.es. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://www.abogacia.es/actualidad/noticias/el-40-de-los-espanoles-no-identifica-las-noticias-falsas-participa-en-la-campana-yonopasobulos/>
- BBC. (2016). *Por qué darte noticias falsas es buen negocio*. BBC News Mundo. Consultado el 24 de enero de 2023 de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-37910450>
- Consejo de la Unión Europea. (2020). *Lucha contra la desinformación: Fuentes Oficiales sobre la covid-19 ...* Consejo Europeo. Consultado el 12 de febrero de 2023 de: <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/coronavirus/fighting-disinformation/>
- Cuatro. (8 de diciembre, 2019). *Lo Que Hay Detrás de las fake news: "Condicionan nuestras decisiones y opiniones"*. Cuatro. Consultado el 3 de febrero de 2023 de: https://www.cuatro.com/la-mesa-del-coronel/fake-news-detras-objetivo-manipular_18_2863620036.html
- EFE Verifica. (12 de abril, 2021). *El coronavirus no se ha propagado a partir de vacunas de gripe contaminadas*. EFE Verifica. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://verifica.efe.com/el-coronavirus-no-se-ha-propagado-a-partir-de-vacunas-de-gripe-contaminadas/>
- EFE Verifica. (12 de abril, 2021). *El Uso de la Mascarilla no provoca "Pleuresía"*. EFE Verifica. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://verifica.efe.com/el-uso-de-la-mascarilla-no-provoca-pleuresia/>
- EFE Verifica. (24 de mayo, 2021). *Los Colegios de Médicos Españoles no desaconsejan el uso de mascarillas*. EFE Verifica. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://verifica.efe.com/los-colegios-de-medicos-espanoles-no-desaconsejan-el-uso-de-mascarillas/>
- Efe. (17 de marzo, 2020). *Cient. ELMUNDO*. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/03/17/5e70b3e4fdddf0a768b45ed.html>
- IBAÑES, L. A. U. R. A. G. (17 de marzo, 2020). *Sanidad Volver*. ELMUNDO. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/03/17/5e70c1fd6c6c83e9168b463f.html>
- Icomem. (31 de julio, 2020). *Desmontando #bulos: El Uso de la #mascarilla no causa Falta de Oxígeno ni inflamación en los pulmones* Vía @abc_es dr. Javier García, Neumólogo y vocal del Icomem "No hay ningún dato que permita afirmar que las mascarillas provocan hipoxia, ni pleuresía" <https://t.co/vhxps2xtn7> pic.twitter.com/tfchzqo1cq. Twitter. Consultado el 13 de abril de 2023 de: https://twitter.com/icomem_oficial/status/1289229338114547713

- Indalics. (febrero, 2023). *Fake news Y Manipulado de Imágenes*. Indalics Peritos Informáticos. Consultado el 26 de enero de 2023 de: <https://indalics.com/blog/fake-news-imagenes-manipuladas>
- Iniseg. (5 de noviembre, 2019). *El poder Político de las fake news*. Ciberseguridad para Empresas. Consultado el 8 de febrero de 2023 de: <https://www.iniseg.es/blog/ciberseguridad/el-poder-politico-de-las-fake-news/>
- International federation of journalists. (2018). *¿Qué son las Fake News?: guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad*. International federation of journalists. Consultado el 19 de marzo de 2023 de: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- Kasprak, A., & Palma, B. (mayo, 2019). *Hiding in plain sight: Pac-connected activists set up 'local news' outlets*. Snopes. Consultado el 24 de enero de 2023 de: <https://www.snopes.com/news/2019/03/04/activists-setup-local-news-sites/>
- La Moncloa. (14 de marzo, 2020). *El Gobierno Decreta el estado de Alarma para hacer frente a la expansión de Coronavirus covid-19*. La Moncloa. Consultado el 13 de abril de 2023 de: https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2020/14032020_alarma.aspx
- Lázaro-Rodríguez, P., & Herrera-Viedma, E. (2 de mayo, 2020) *Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento*. Vista de Noticias Sobre Covid-19 y 2019-ncov en Medios de Comunicación de España: El Papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.02/49569>
- Lorenzo, P. Á. (22 de junio, 2020). *El audio con argumentos falsos que relaciona el covid-19 con la Vacuna de la Gripe*. Newtral. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://www.newtral.es/bulo-audio-covid-19-vacuna-gripe/20200622/>
- Maestre, R. L. (2020). *Las fake news en las crisis de la sociedad digital*. Dialnet. Consultado el 18 de enero de 2023 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407226>
- Maldita.es. (12 de marzo, 2020). *Bulos sobre supermercados que se están viralizando con el coronavirus · maldita.es - periodismo para que no te la cuelen*. Maldita.es - Periodismo para que no te la cuelen. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://maldita.es/malditobulo/20200312/bulos-supermercados-multitudes-saqueos-muchedumbres-coronavirus-desabastecimiento-aldi/>
- Maldita.es. (14 de marzo, 2020). *Cuidado con estas recomendaciones falsas para prevenir el coronavirus que se hacen pasar por unicef: Ni son efectivas ni son de unicef · maldita.es - periodismo para que no te la cuelen*. Maldita.es - Periodismo para que no te la cuelen. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://maldita.es/malditobulo/20200314/recomendaciones-falsas-coronavirus-unicef-bulo/>

- Martin, G. (23 de octubre, 2020). *(imagen)"¿tienes Pensado Vacunarte? Quizás Te Interesa Saber...": #Chequeado*. Fast Check . Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://www.fastcheck.cl/2021/01/01/imagentienes-pensado-vacunarte-quizas-te-interesa-saber-chequeado/>
- MediaLab. (junio, 2020). *Sátira y parodia: ¿Usadas para desinformar?* Megaphone. Consultado el 28 de enero de 2023 de: <https://medialab.unmsm.edu.pe/satira-y-parodia-usadas-para-desinformar/>
- Mendoza, M. Á. (2 de julio, 2020). *Fake news y sus riesgos en tiempos de covid-19*. WeLiveSecurity. Consultado el 18 de enero de 2023 de: <https://www.welivesecurity.com/la-es/2020/07/02/fake-news-riesgos-covid-19/>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2019). *La lucha contra la desinformación*. La Lucha Contra La Desinformación. Consultado el 7 de febrero de 2023 de: <https://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/LaLuchaContraLaDesinformacion.aspx>
- Moretto Ribeiro, M., & Ortellado, P. (2018). *Lo que son y cómo lidiar con las noticias falsas*. Sur Conectas. Consultado el 3 de febrero de 2023 de: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-espanhol-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf>
- NeoAttack. (mayo, 2021). *Trafico web*. NeoAttack. Consultado el 26 de enero de 2023 de: <https://neoattack.com/neowiki/trafico-web/>
- Netsrot2011. (31 de enero, 2011). *Aldi Sonderverkauf in Kiel - AUS 2011 !!* YouTube. Consultado el 14 de abril de 2023 de: https://www.youtube.com/watch?v=P4OVGUQL tk&ab_channel=netsrot2011
- Newtral. (27 de junio, 2020). *Un audio de 11 minutos relaciona el #covid_19 con la vacuna de la gripe*. Twitter. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://twitter.com/Newtral/status/1276788105731768320>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Let's flatten the infodemic curve*. World Health Organization. Consultado el 20 de febrero de 2023 de: <https://www.who.int/es/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>
- Ortega, H. (11 de febrero, 2023). *No es la falta de pensamiento crítico lo que dispara Los Bulos en redes sociales: La Razón Es Otra*. La Vanguardia. Consultado el 30 de enero de 2023 de: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20230211/8747413/estudio-revela-fake-news-prolifera-redes-sociales-pmv.html>
- Parreira do Prado, M. (2021). *La credibilidad periodística en jaque: Conexión entre propaganda y fake news*. Ámbitos. *Revista Internacional De Comunicación*, (53), 216–230. Consultado el 28 de marzo de 2023 de: <https://doi.org/10.12795/ambitos.2021.i53.12>

- Pi, R. (6 de julio, 2005). *Periodismo deficiente*. Diario de León | Noticias de León, Bierzo y Ponferrada. Consultado el 28 de marzo de 2023 de: <https://www.diariodeleon.es/articulo/tribunas/periodismo-deficiente/20050706020000785404.html>
- Prosulting. (7 de marzo, 2022). *Noticias falsas, bots y provocaciones: Desinformación dirigida en internet*. Prosulting. Consultado el 30 de marzo de 2023 de: <https://prosulting.org/noticias-falsas-bots-y-provocaciones-desinformacion-dirigida-en-internet/>
- REDACCIÓN MÉDICA. (26 de febrero, 2020). *Los Médicos sobre el uso de mascarillas: "No sirven de nada al aire libre"*. Redacción Médica. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://www.redaccionmedica.com/secciones/medicina/los-medicos-sobre-el-uso-de-mascarillas-no-sirven-de-nada-al-aire-libre--5742>
- REDACCIÓN MÉDICA. (28 de marzo, 2020). *Coronavirus: España Registra 72.248 Casos, 5.690 muertes Y 12.285 curados*. Redacción Médica. Consultado el 14 de abril de 2023 de: <https://www.redaccionmedica.com/secciones/sanidad-hoy/coronavirus-espana-ultima-hora-pandemia-covid-19-9875>
- Redactor. informaU. V. A. (mayo, 2021). *El periodismo empieza por el contexto*. informaUVA. Consultado el 26 de enero de 2023 de: <http://www.informauva.com/periodismo-contexto/>
- Reis. (21 de febrero, 2020). *¿Cuál es el propósito de las fake news?* Diario Primicia. Consultado el 7 de febrero de 2023 de: <https://primicia.com.ve/nacion/cual-es-el-proposito-de-las-fake-news/>
- 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. Consultado el 25 de enero de 2023 de: <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Roig, A. (2020). *Cuentas parodia en twitter: ¿Sátira social o 'fake news'?* COMeIN. Consultado el 20 de enero de 2023 de: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero102/articles/t-roig-comptes-parodia-a-twiter-satira-social-o-fake-news.html>
- Salaverría , R., López-Pan, F., López-Goñi, I., Buslón, N., León, B., & Erviti, M.-C. (15 de mayo, 2020). *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19*. Vista de desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los Bulos sobre la Covid-19. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.15/50027>
- Santander. (11 de julio, 2022). *¿Qué es el networking y por qué es tan importante?* Santander Corporate Website. Consultado el 21 de marzo de 2023 de: <https://www.santander.com/es/stories/networking>
- Seon. (23 de enero, 2023). *Deepfake*. SEON ES. Consultado el 21 de marzo de 2023 de: <https://seon.io/es/recursos/glosario/deepfake/>

- T13. (19 de octubre, 2019). *Registran saqueo a supermercado en medio de graves protestas en santiago*. YouTube. Consultado el 14 de abril de 2023 de: https://www.youtube.com/watch?v=eOmt8jm2Qls&ab_channel=T13
- Turrión, P. E. (28 de julio, 2022). *Cuidado con las afirmaciones sin evidencias o Fuera de Contexto de la Imagen que dice que Las Vacunas Llevan arsénico o uranio*. Newtral. Consultado el 13 de abril de 2023 de: <https://www.newtral.es/bulo-vacunas-tienen-arsenico-uranio/20210116/>
- Vera, E. (agosto, 2019). *Las fake news como forma de ataque en la sociedad*. PMG SSI - ISO 27001. Consultado el 8 de febrero de 2023 de: <https://www.pmg-ssi.com/2019/08/fake-news-como-forma-de-ataque/>
- Verificat Escola. (2021). *¿Qué es la desinformación?* Verificat. Consultado el 27 de enero de 2023 de: <https://www.verificat.cat/escola/articulo/que-es-la-desinformacion>
- Wanden-Berghe, C., & Sanz Valero, J. (2021). *Infodemiología o infodemia: Nuevo Reto de la Salud Global*. Hospital a Domicilio. Consultado el 10 de febrero de 2023 de: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2530-51152021000400179
- Wardle, C. (septiembre, 2020). *Understanding information disorder*. First Draft. Consultado el 24 de enero de 2023 de: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>
- Wardle, C. (septiembre, 2020). *Understanding information disorder*. First Draft. Consultado el 24 de enero de 2023 de: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>

Anexo I

Comunicado de la Comisión Europea en 2018 que propone una estrategia global para abordar las amenazas de la desinformación en línea mediante la promoción de ecosistemas digitales que fomenten la transparencia, prioricen la información de alta calidad, capaciten a los ciudadanos para combatir la desinformación y resguarden la integridad de nuestras democracias y procesos de formulación de políticas. El enfoque tiene como objetivo abordar de manera integral estas preocupaciones de forma urgente.

Link al comunicado:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewiq5rWiwO39AhXIR_EDHbOKCv8QFnoECBQQAQ&url=https%3A%2F%2Feur-lex.europa.eu%2Flegal-content%2FES%2FTEXT%2FHTML%2F%3Furi%3DCELEX%3A52018DC0236%26from%3DES&usg=AOvVaw23BqEW2-AsNk6Srt0nEZeL

Anexo II

Ilustración 1 – Fuente: *Newtral* y *fastcheck*

¿TIENES PENSADO VACUNARTE?
QUIZÁ TE INTERESE SABER...
¿QUÉ SUSTANCIAS QUÍMICAS CONTIENEN LAS VACUNAS?
ANTE LA DUDA, INFÓRMATE. CON LA SALUD NO SE JUEGA

Estas son solo unas pocas de las sustancias encontradas en numerosos análisis de vacunas hechos en laboratorios independientes, aquellos que no cobran de farmacéuticas

SALES DE ALUMINIO coadyuvante más empleado (potenciador de efecto de la vacuna)	Compuestos micro, submicro y nano moleculares NO BIODEGRADABLES, INORGÁNICOS y BIOINCOMPATIBLES • Acero inoxidable • Plomo • Tungsteno • Cloro • Níquel • Cromo • Titanio • ...	 HTTPS:// MEDRAVEONLINE.COM/ UVV/UVV-0400072
GLIFOS ATO  HTTPS://WWW.CORVEVA.IT/ES/ #PREGUNDA/INFORMACION/ ANALISIS/USO/USO/INFORMACION/ ANALISIS/USO/USO/INFORMACION/ AMERICA.HTM	OXIHIDRÓXIDOS DE ALUMINIO  https://cienciasaludnatural.com/ tema/aluminio/	ARSÉNICO - MERCURIO NÍQUEL - URANIO  www.IMPFKRITK.DE
ADN FETAL RETROVIRUS K ENDÓGENO HUMANO  https://cienciasaludnatural.com/ estudio/autoinmunidad-y- mutagenesis-causado-por-residuos- de-fetos-humanos-en-vacunas/	FORMALDEHÍDO BROMURO DE CETILTRIMETILAMONIO POLYSORBATE 80  https://www.infosalus.com/ nutricion/noticia-efectos-salud- algunos-aditivos- alimenticios-20150227180340.html	

Existen más de **1000** estudios científicos al respecto.
Te presentamos una selección de algunas de las cuestiones más relevantes que puedes ampliar yendo a los enlaces que facilitamos y así podrás verificar su autenticidad.

El conocimiento debe estar al alcance de todos.

Ilustración 2 – Fuente: *Maldita*



Ilustración 3 – Fuente: *Maldita*



Link al video original:

https://www.youtube.com/watch?v=P4OVGUQL_tk&ab_channel=netsrot2011

Link al video sobre saqueos en supermercados producido realmente en San Ramón, Santiago de Chile en 2019 y no en Victoria- Gasteiz cómo afirma el bulo:

https://www.youtube.com/watch?v=eOmt8jm2QIs&ab_channel=T13

Ilustración 4 – Fuente: *Newtral* y *Twitter*

Bombazo: Un Hospital de Huesca Relaciona la Vacunación de la Gripe con las Muertes por Covid en un Informe



admin

hace 2 días



Este informe del Hospital de Barbastro en Huesca en un auténtico bombazo. Es el primer informe que establece la relación que existe entre la vacunación de la gripe con las muertes por covid 19. Entre sus páginas encontramos:



Ilustración 5 – Fuente: *EFE verifica y twitter*



The image shows a screenshot of a Twitter post. At the top left is the profile picture of a person with a green background, followed by the name "I+D (Indignación + Disidencia)" and the handle "@merwi_". To the right is the Twitter logo. The main text of the tweet reads: "El Consejo General de Colegios Oficiales de Médicos (CGCOM) sobre el uso de mascarillas: «No sirven de nada al aire libre»". Below the text is a rectangular image showing a crowd of people wearing face masks. To the right of the image is the text "alertadigital.com" and "El Consejo General de Colegios Oficiales de Médicos (CGCOM) sobre el uso de mascarillas: 'No sirven...". Below the image and text is the timestamp "6:26 p. m. · 23 ago. 2020" and an information icon. At the bottom of the tweet is a red heart icon, a lightning bolt icon, and the text "Consulta la información más reciente sobre la COVID-19 en T...". Below the tweet is a blue button that says "Leer más sobre este tema en Twitter".

Link al comunicado del Consejo de Colegio de Médicos:

https://www.cgcom.es/sites/default/files//u183/n.p._consideraciones_cgcom_ante_evolution_coronavirus_26_02_20_0.pdf

Link a la noticia original falsa:

<https://www.redaccionmedica.com/secciones/medicina/los-medicos-sobre-el-uso-de-mascarillas-no-sirven-de-nada-al-aire-libre--5742>

Ilustración 6 – Fuente: *EFE verifica y Twitter*



Ilustración 7 – Fuente: *El Mundo*

Link:

<https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/03/17/5e70c1fd6c6c83e9168b463f.html>

Ilustración 8 – Fuente: *El Mundo*

Link:

<https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/03/17/5e70b3e4fdddf0a768b45ed.html>

Ilustración 9 – Fuente: *La Moncloa*

Link:

https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2020/14032020_alarma.aspx

Ilustración 10 – Fuente: *Redacción médica*

Link: <https://www.redaccionmedica.com/secciones/sanidad-hoy/coronavirus-espana-ultima-hora-pandemia-covid-19-9875>