

Fact-checking bélico: Tipos de bulos y tendencias de un año de desinformación en la guerra entre Rusia y Ucrania

Fact-checking in war: Types of hoaxes and trends from a year of disinformation in the Russo-Ukrainian war

Raúl Magallón-Rosa; Carolina Fernández-Castrillo; Miriam Garriga

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87315>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Magallón-Rosa, Raúl; Fernández-Castrillo, Carolina; Garriga, Miriam (2023). "Fact-checking in war: Types of hoaxes and trends from a year of disinformation in the Russo-Ukrainian war". *Profesional de la información*, v. 32, n. 5, e320520.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.20>

Artículo recibido el 10-03-2023
Aceptación definitiva: 14-09-2023



Raúl Magallón-Rosa ✉
<https://orcid.org/0000-0002-2236-7802>

Universidad Carlos III de Madrid
Departamento de Periodismo y Comunicación
Audiovisual
Madrid, 133
28903 Getafe (Madrid), España
raul.magallon@uc3m.es



Carolina Fernández-Castrillo
<https://orcid.org/0000-0001-6108-6440>

Universidad Carlos III de Madrid
Departamento de Periodismo y Comunicación
Audiovisual
Madrid, 133
28903 Getafe (Madrid), España
carolfer@hum.uc3m.es



Miriam Garriga
<https://orcid.org/0009-0004-4797-7959>

Universidad Carlos III de Madrid
Departamento de Periodismo y Comunicación
Audiovisual
Madrid, 133
28903 Getafe (Madrid), España
mgarriga@pa.uc3m.es

Resumen

Se explora la verificación de los contenidos sobre la guerra ruso-ucraniana durante el primer año del conflicto. Abordaremos el análisis de las verificaciones recogidas desde la base de datos del *EDMO* por las organizaciones de *fact-checking* españolas: *AFP Factual* y *Comprovem*, *EFE Verifica*, *RTVE Verifica*, *Maldita.es*, *Newtral* y *Verificat*. A partir de los resultados obtenidos, se establece una tipología para identificar el estilo, formato y contenido de las desinformaciones objeto de estudio. De este modo, se reconocen las tendencias principales en las dinámicas de manipulación y propaganda que han marcado la cobertura mediática de la invasión rusa en Ucrania. En total se analizan hasta 307 verificaciones realizadas por los verificadores que trabajan en el contexto español. A diferencia de los bulos relacionados con el origen del coronavirus, en los que el formato preferente era el mensaje de texto, en la invasión a Ucrania la evidencia visual ha prevalecido en la cobertura mediática del conflicto durante la fase inicial de la contienda. Se identifican también cuáles son las redes sociales en las que se detecta un mayor tráfico y viralización de informaciones falsas, exponiendo a los usuarios a contenidos manipulados en mayor medida. Asimismo, se valorará la posible puesta en marcha de una red transnacional para combatir la desinformación en contextos de guerra. Prestaremos especial atención al importante papel de los *fact-checkers* españoles tanto a nivel europeo como al identificar informaciones falsas evitando su difusión en Latinoamérica. Y, por último, detectaremos los nuevos retos a los que se enfrenta el *fact-checking* bélico, a raíz de la evolución de las estrategias de falsificación en la construcción del relato colectivo sobre la guerra ruso-ucraniana en la era de la posverdad.



Palabras clave

Alfabetización mediática; Bulos; Cobertura informativa; Desinformación; *Fact-checking* bélico; *Fake news*; *Fact-checkers*; Verificación; Infoxicación; Periodismo de guerra; Propaganda; Guerra; Ucrania; Rusia.

Abstract

This study explores the verification of the contents related to the coverage of the Russo-Ukrainian war during the first year of the conflict. We address the analysis of false information collected from the *EDMO* database by the Spanish fact-checking organizations: *AFP Factual* and *Comprovem*, *EFE Verifica*, *RTVE Verifica*, *Maldita.es*, *Newtral* and *Verificat*. Based on the results obtained, a typology has been established to identify the style, format and content of the misinformation under study. In this way, we follow the main trends in the manipulation dynamics that shaped the media coverage of the latest war in European territory. In total, up to 307 verifications by verifiers working in the Spanish context are analyzed. Unlike the hoaxes related to the origin of the coronavirus, in which the preferred format was the text message, in the invasion of Ukraine visual evidence has prevailed in the media coverage of the conflict during the initial phase of the conflict. We will see which are the social networks in which the greatest traffic and viralization of false news is detected, exposing users to manipulative content to a greater extent. Likewise, the potential implementation of a transnational network to combat disinformation in war contexts will be assessed. We will pay special attention to the important role of Spanish fact-checkers both at the European level and in identifying false information, avoiding its dissemination in Latin America. And, finally, we will detect the new challenges that war fact-checking faces, as a result of the evolution of falsification strategies in the construction of the collective narrative about the Russo-Ukrainian war in the post-truth era.

Keywords

Media literacy; Hoaxes; News coverage; Disinformation; Warlike fact-checking; Fake news; Fact-checkers; Verification; Infocication; War journalism; Propaganda; Wars; Ukraine; Russia.

Financiación

Este artículo es un resultado de *Iberifier (Iberian Media Research & Fact Checking)*, proyecto que ha recibido financiación de la *Comisión Europea*, acuerdo CEF-TC-2020-2 (*European Digital Media Observatory*) con referencia 2020-EU-IA-0252.

1. Introducción

El objetivo de esta investigación es analizar el papel de las organizaciones de *fact-checking* en la cobertura periodística de la invasión de Rusia en Ucrania y las verificaciones hechas durante el primer año de guerra. El presente estudio explora los desafíos que este nuevo escenario plantea al ámbito de la verificación y la información en conflictos bélicos, poniendo el foco en la cobertura de la guerra ruso-ucraniana.

Abordaremos el análisis de las verificaciones recogidas en la base de datos del *European Digital Media Observatory (EDMO)* por las organizaciones de *fact-checking* españolas¹. En total se analizan hasta 307 verificaciones realizadas por las instituciones participantes: *AFP Factual* (incluido *AFP Comprovem*), *EFE Verifica*, *RTVE Verifica*, *Maldita.es*, *Newtral* y *Verificat*. Más allá de la distribución de los contenidos verificados por parte de estas organizaciones, se analizan las narrativas distribuidas por temáticas, meses, países implicados, etc.

A diferencia de los bulos relacionados con el origen del coronavirus, donde el formato preferente eran los mensajes de texto (**Molina-Cañabate; Magallón-Rosa, 2023**), en la invasión a Ucrania la relevancia de la evidencia visual prevaleció en la cobertura mediática del conflicto durante la fase inicial de la contienda (**Fernández-Castrillo; Ramos-Vera, 2023a; 2023b**), convirtiéndose en el foco de atención, seguimiento y comprobación de los verificadores.

Además, la evolución en el desarrollo de estrategias cada vez más diversificadas para la propagación de bulos, nos lleva a evaluar el papel de la descontextualización y la función, al respecto, que tienen determinados actores en las plataformas sociales como posibles elementos predominantes en la actual guerra informativa.

Denominada como la Primera Guerra Mundial del siglo XXI (**Martino, 2022**) por el nivel de implicación a nivel global por parte de grupos de internautas que han ayudado en la verificación de informaciones a través de herramientas de *Inteligencia de Fuentes Abiertas (Open Source Intelligence, OSINT)* para la recopilación, análisis y relación de datos para la difusión de información pública, pero también por las consecuencias para la geopolítica internacional. Se trata de uno de los ejemplos más recientes de guerra híbrida en la que el uso de las plataformas, medios y redes sociales se suma a las estrategias militares, políticas, tecnológicas, económicas y psicológicas para desestabilizar al adversario e influir en la opinión pública internacional (**Carmack, 2022; Petrocchi, 2022; Susska; Chernii; Sukharevska, 2022**).

El presente estudio explora los desafíos del nuevo escenario que plantea la verificación y la información en conflictos bélicos, poniendo el foco en la cobertura de la guerra ruso-ucraniana

Se trata entonces de un contexto ideal para el desarrollo de nuevas prácticas de manipulación y de viralización de bulos que obliga a revisar el estado actual de las estrategias, redes y acciones de verificación de informaciones y contenidos a nivel internacional. A partir de los datos recabados, evaluaremos la situación de España en la lucha global contra la desinformación en contextos bélicos –adoptando como objeto de estudio el conflicto ruso-ucraniano–, así como los límites y posibilidades de la puesta en marcha de una red transnacional de *fact-checking* en contextos de guerra.

Por último, se plantean una serie de recomendaciones a modo de decálogo para dar respuesta a la desinformación en conflictos bélicos e intentar ayudar a mejorar la cobertura mediática en este tipo de situaciones.

2. Estado de la cuestión

2.1. Desinformación y presencia de las plataformas sociales en el periodismo bélico

En el caso de aquellos conflictos bélicos donde el interés de la opinión pública internacional es compartido y se ve reflejado en la cobertura mediática diaria, las plataformas sociales se han convertido en una fuente y canal fundamental de circulación de contenidos. Se trata de intermediarios que favorecen que periodistas y medios accedan a una amplia variedad de contenidos que, de lo contrario, serían muy complicados de obtener in situ en tan poco tiempo, como pueden ser las imágenes y testimonios de algunas de las víctimas (**Sacco; Bossio**, 2015). A modo de ejemplo, la integración de testimonios de internautas albaneses a través de sus blogs en la cobertura de la Guerra de Kosovo sirvió para denunciar las violaciones de los derechos humanos por parte de las autoridades serbias a finales de los años 90 (**Carreras-Álvarez; Román-San-Miguel**, 2011) y, entre los principales logros de la Primavera Árabe, se encuentra la convergencia entre medios tradicionales y sociales, tanto para la organización y movilización de los ciudadanos como para reivindicar y dar visibilidad a los acontecimientos (**Soengas-Pérez**, 2013; **AlSayyad; Guvenec**, 2015; **Ortiz-Galindo**, 2016; **Soengas-Pérez; Assif**, 2017).

La construcción del relato colectivo sobre los conflictos bélicos ha dejado de ser monopolio exclusivo de los medios debido al influjo de las dinámicas introducidas por la creciente presencia de los *Contenidos Generados por los Usuarios (CGU)* (**Fernández-Castrillo**, 2014) pero también por las estrategias de propaganda de los países implicados.

Una situación especialmente significativa en el caso de la cobertura de crisis y catástrofes en general -y de las guerras en particular-, debido a las limitaciones de acceso a los lugares y a las fuentes de información principales (**Micó et al.**, 2008; **Sánchez-Gonzales y Martos-Moreno**, 2020).

En este contexto, la proliferación de contenidos noticiosos dificulta la identificación del origen y autoría de la información, reforzando el papel de la imagen como eje de un relato colectivo ilustrado en lugar de narrado (**Rodríguez-Tranche**, 2019). La fotografía como supuesto aval de la máxima objetividad otorga mayor fuerza a la manipulación de la imagen (**Caballo-Méndez; De-Santiago-Mateos**, 2021) propiciando la falta de contextualización, siendo ésta una de las principales amenazas a la hora de interpretar realidades distantes de amplio impacto como en el objeto de estudio que nos ocupa.

Asimismo, cabe señalar la importante evolución del rol del periodista de *gatekeeper* a *gatewatcher* (**Bruns**, 2003), especialmente evidente en contextos bélicos en los que se potencia su labor como “curador de contenidos” (**Loo-Vázquez et al.**, 2016), en donde además de filtrar y bloquear informaciones, ha de centrarse en la selección y difusión de contenidos ajenos.

En el caso de la invasión rusa en Ucrania, las redes sociales no sólo se han convertido en relevantes por la distribución y viralización de determinados contenidos sino también por la falta de acceso a las propias plataformas dentro de los propios territorios en conflicto. La agencia reguladora de comunicaciones de Rusia, *Roskomnadzor*, bloqueó en marzo de 2022 el acceso a *Facebook* y *Twitter* en todo el país ante la restricción, por parte de estas redes sociales –y también de la Unión Europea–, de la difusión de noticias de medios como *Russia Today* y las agencias *Sputnik* y *RIA Novosti* (**Milmo**, 2022; **Kemp**, 2023; **Statcounter**, 2023)².

Un reciente estudio sobre la presencia de las RR. SS. en la cobertura de la guerra ruso-ucraniana por parte de dos de los principales medios digitales de los países implicados –*Ukrayinska Pravda* y *Rossiyskaya Gazeta*– pone de manifiesto la necesidad de “una mayor transparencia en la selección de los CGU publicados en los medios, especialmente en el caso de las capturas de pantalla, un tipo de contenido cada vez más presente basado en el apropiacionismo y la selección de fragmentos procedentes de vídeos creados por los usuarios” (**Fernández-Castrillo; Ramos-Vera**, 2023a). Por tanto, tal y como señalan **Himma-Kadakas y Ojamets** (2022), el desarrollo de habilidades avanzadas en las labores de verificación a través de redes sociales y la alianza de organizaciones *OSINT* con los verificadores, suponen dos nuevos factores que determinan la cobertura del periodismo bélico en la actualidad.

2.2. Narrativas predominantes y desinformación en la guerra ruso-ucraniana

En el imaginario más reciente del conflicto ruso-ucraniano encontramos una serie de narrativas que, según **Lazarenko** (2019), se resumen en una estrategia rusa centrada en la incorporación de Crimea, la vinculación fraternal de Rusia con Ucrania y la protección de los rusoparlantes en la diáspora debido a la rusofobia (**Karpchuk; Yuskiv**, 2021), versus un relato ucraniano centrado en la heroica lucha contra el imperialismo invasor y los separatistas financiados y apoyados desde Rusia.

Unas narrativas que, en ocasiones, llevan a subnarrativas sobre la “insurgencia neonazi en Kiev” para justificar la posición rusa en el conflicto y que contribuye a extender el campo de batalla a la disputa por la hegemonía entre imaginarios. Desde esta perspectiva, las principales narrativas rusas de desinformación detectadas a raíz de las protestas del Euromaidán en 2013-2014 se han centrado en retratar a Ucrania como un “estado nazi”, un “estado fallido” o un “no estado”.

Las principales narrativas rusas de desinformación detectadas a raíz de las protestas del Euromaidán en 2013-2014 se han centrado en retratar a Ucrania como un “estado nazi”, un “estado fallido” o un “no estado”

En este contexto, cabe mencionar el estudio de **Zawadzki** (2022) sobre las cuentas pro-rusas, anti-ucranianas y anti-estadounidenses en *Twitter*, *Facebook* y *Vkontakte* –la versión rusa de *Facebook*, creada en 2006–. Según los resultados obtenidos, algunas de las cuentas monitoreadas fueron eliminadas y buena parte de las restantes fueron clasificadas como *bots*.

Por su parte, **Ibitowa** (2022) intentó documentar el hecho de que la cobertura periodística se ve contaminada siempre por el intento de manipulación propagandística de las partes en conflicto. A modo de ejemplo, señala que el asesinato de dos personas el 15 de noviembre de 2022 en el pueblo polaco de Przewodow –a seis kilómetros de la frontera ucraniana– fue inicialmente atribuido a un ataque con misiles por parte del ejército ruso, pero finalmente tanto Varsovia como Washington se vieron obligadas a exculpar a Moscú (**Ibitowa**, 2022).

En esta evolución de tácticas y narrativa, **Aral** (2023) observa que las desinformaciones por parte de Rusia han dado un giro a partir de la tercera década del siglo XXI, pasando de los *bots* al apoyo de *perfiles reales* para crear narrativas creíbles y difundirlas en cascada.

Desde un punto de vista temporal, en esta evolución de la guerra ruso-ucraniana, la primera fase se centró en desacreditar a los países que apoyaban a Ucrania, mientras que posteriormente la estrategia de desinformación por parte de Rusia se centró en frenar el debate público sobre la posible expansión de la OTAN mediante la polarización y viralización de contenidos dirigidos a las poblaciones inmigrantes de los países vecinos (**Aral**, 2023; **Yarova**, 2023).

A modo de ejemplo, la República Checa ha reforzado su línea estratégica para combatir la desinformación y a las acciones llevadas a cabo desde el *Centro Contra el Terrorismo y Amenazas Híbridas* (*Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, CTHH*) se han unido el *Prague Security Studies Institute (PSSI)*, el *Czech Elves (Čeští elfové)*, *Manipulátoři.cz*, *Demagog.cz* o el proyecto *Nelež* (**Cabada**, 2022).

En relación a la evolución de las narrativas en el último año de guerra, para Viktoriia Romaniuk, subdirectora de la organización de *fact-checking* ucraniana *StopFake*,

“la desinformación rusa cambió su enfoque de las narrativas iniciales a las nuevas: falsificaciones relacionadas con la entrega de armas a Ucrania, el apoyo militar de los países occidentales, la crisis alimentaria y energética, e historias falsas que desacreditaban a los refugiados de Ucrania” (**Maldita.es**, 2023a).

En este sentido, algunas narrativas de la invasión a Ucrania siguen pareciéndose a las de la estrategia postsoviética (**Vorster**, 2022) y se basan en la intoxicación informativa, el agotamiento del enemigo, la inoculación de desconfianza hacia los líderes, la intensificación de las divisiones entre clases sociales, la incriminación del enemigo o la propagación de amenazas, entre otras (**Stancu**, 2019).

2.3. Informes de la UE sobre la desinformación durante el conflicto

En junio de 2018, el *Consejo Europeo* encomendó a la entonces *Alta Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad*, Federica Mogherini, y a la *Comisión Europea* un proyecto de coordinación entre los Estados miembros contra la desinformación. El *Plan de Acción* se presentó en diciembre de ese mismo año y fue aprobado por el *Consejo Europeo*.

Entre las medidas más destacadas se encontraba un *Sistema de Alerta Rápida (RAS)* para poner sobre aviso a los socios europeos en caso de una campaña de desinformación y la puesta en marcha de medidas comunes si fuera necesario.

Por su parte, el *Servicio Europeo de Acción Exterior (European External Action Service, EEAS)* dispone de un equipo de trabajo específico sobre *Manipulación e Interferencia de Información Extranjera (Foreign Information Manipulation and Interference, FIMI)*, en el que se aborda el problema de la desinformación y las posibles injerencias extranjeras.

Según el *Informe de Actividad del 2022*,

“el uso de *FIMI* por parte de Rusia en su guerra contra Ucrania ha provocado una reacción sin precedentes por parte de la Unión Europea. Las sanciones contra medios como *RT* y *Sputnik*, directamente controlados por el Kremlin y empleados como instrumentos de propaganda de guerra, han demostrado que existe una firme determinación de imponer los costes de las actividades del *FIMI*” (**EEAS**, 2023, p. 3).

Para el año 2023 esta unidad dispuso del mayor presupuesto de su historia con 14,6 millones de euros, lo cual le permitió fortalecer la cooperación con sus socios internacionales y potenciar proyectos sobre el análisis y creación de estrategias de resiliencia que han jugado un papel clave al documentar las acciones llevadas a cabo por el Kremlin desde 2015.

El *FIMI* ha detectado dos niveles de acción en relación a las acciones de desinformación por parte del estado ruso: uno doméstico y otro internacional. El primero consiste en prácticas de manipulación y desinformación que van desde la censura a la prohibición de medios independientes en territorio ruso con el fin de garantizar cualquier tipo de oposición interna a la guerra y una cobertura mediática dirigida que abarca incluso los contenidos de entretenimiento. Mientras que el internacional pretende socavar el apoyo a Ucrania, sembrando dudas sobre quién es el agresor y explotando temas sensibles para la Unión Europea como la migración y refugiados, el encarecimiento del coste de la vida y el gas, entre otros (*EEAS, 2023*).

Algunas de las principales narrativas de desinformación van dirigidas al *Eastern Partnership (EaP)*, una iniciativa surgida en 2009 para fortalecer las relaciones entre la Unión Europea, sus estados miembros y sus seis vecinos orientales: Ucrania, Georgia, la República de Moldavia, Armenia, Azerbaiyán y Bielorrusia. Entre los principales objetivos se encuentra el inocular el miedo a posibles injerencias y la sensación de que los ciudadanos de estos países no tienen elección sobre sus decisiones (*EEAS, 2021*).

En esta línea, y desde el *Ukraine War Resource Hub* –lanzado desde el *EU Disinfo Lab*–, han identificado algunos de los principales organismos y proyectos dedicados a combatir los bulos durante la guerra ruso-ucraniana, entre los que destacan: *Detector Media, EDMO, EUvsDisinfo, Facta.news, Fake fact-checks, ISD, NewsGuard Disinformation Tracking Center*, la sección de *fact-checking* de *The Washington Post, UkraineFacts*, etc. (*EU Disinfo Lab, 2022*).

Por su parte, desde el proyecto *Ukraine Facts*, verificadores de todo el mundo han desmentido más de 2.800 bulos sobre la guerra en Ucrania. Una iniciativa que toma el relevo de la base de datos creada por la *International Fact-Checking Network (IFCN)* en el inicio de la pandemia como resultado del aprendizaje de otras propuestas colaborativas de *fact-checking* como los casos de *Verificado* (México y Uruguay), *Comprova* (Brasil), *Reverso* (Argentina) o *CrossCheck* (*Sánchez-Duarte; Magallón-Rosa, 2020*).

2.3.1. ¿Qué es el EDMO?

Establecido en junio de 2020 como un organismo financiado por la Unión Europea, el *Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO)* es una asociación bajo el liderazgo del *Instituto Universitario Europeo* en Florencia (Italia). El *EDMO* reúne a verificadores de hechos, expertos en alfabetización mediática e investigadores académicos para comprender y analizar la desinformación, en colaboración con organizaciones periodísticas, plataformas en línea y profesionales del sector.

En la actualidad cuenta con catorce centros nacionales o multinacionales (*hubs* u observatorios) que cubren los 27 Estados miembros de la Unión Europea, así como Noruega. Cada *hub* constituye una red de organizaciones activas en uno o varios Estados miembros, para proporcionar conocimiento específico de los entornos locales con el objetivo de fortalecer la detección y el análisis de las campañas de desinformación (*EDMO, 2023*).

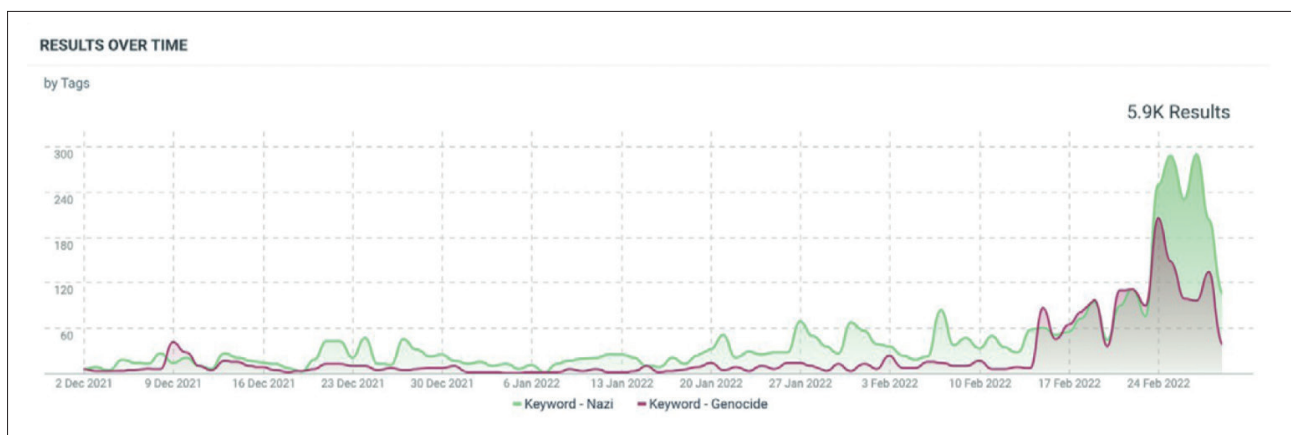


Gráfico 1. Presencia de los términos “nazi” y “genocidio” en la cobertura de Ucrania en los medios rusos controlados por el estado. Fuente: *EEAS, 2023*.

La primera fase se centró en desacreditar a los países que apoyaban a Ucrania, mientras que posteriormente la estrategia de desinformación por parte de Rusia se centró en frenar el debate público sobre la posible expansión de la OTAN mediante la polarización y viralización de contenidos dirigidos a las poblaciones inmigrantes de los países vecinos

La base de datos del *EDMO* contaba un año después de la invasión con un total de 2074 verificaciones. De ellas, hasta 166 hacían referencia al presidente de Ucrania Zelenski en el titular frente a las 84 de Putin o las 6 que hacían referencia a España como país.

Inicialmente la sección especializada en Ucrania del *EDMO* (2022) había identificado estas cinco narrativas principales durante los primeros meses de la guerra:

1. El prejuicio de que Ucrania es un país nazi.
2. La idea de que el presidente Zelenski no sirve para liderar y es nazi.
3. Los medios occidentales publican “noticias falsas”.
4. Las consecuencias económicas exageradas de la guerra para Europa.
5. Los refugiados ucranianos son violentos e ingratos y reciben un mejor trato que los ciudadanos de la Unión Europea.

Además, desde el *EDMO*, se alertó a los expertos internacionales sobre el hecho de que las prácticas de detección de desinformaciones se habían centrado en los países anglohablantes del mundo occidental, dejando desatendida a la Europa central y oriental. Según el *EDMO Ukraine*, la desinformación es transfronteriza y translingüística, por lo que es importante apoyar acciones preventivas de *prebunking* para evitar la difusión de bulos en otros idiomas de la Unión Europea (*EDMO*, 2022).

3. Objetivos y preguntas de investigación

Los principales objetivos de este estudio son recopilar las verificaciones de los *fact-checkers* españoles y estudiar el comportamiento y los patrones de difusión de desinformación durante el primer año de la invasión rusa en Ucrania.

Entre los objetivos secundarios destaca la posibilidad de analizar la distribución de los bulos por tipos, temas, meses, países implicados, etc.

A partir de estos objetivos, se propusieron las siguientes hipótesis:

- H1.- Los bulos relacionados con el Presidente Zelenski son una de las narrativas más potentes de la estrategia de desinformación rusa.
- H2.- Las primeras semanas de guerra suponen una parte muy significativa de los contenidos verificados por las organizaciones de *fact-checking*.
- H3.- Los bulos se adaptan a contextos locales para seguir manteniendo la tensión estratégica sobre la guerra.

Por su parte, las preguntas de investigación que se realizaron fueron:

- P1.- ¿Cómo es la distribución por mes de las verificaciones realizadas por las organizaciones de *fact-checking*? ¿Qué lectura puede hacerse de los resultados?
- P2.- ¿Qué organizaciones de verificación subieron más piezas a la base de datos del *EDMO*? ¿Hay algún patrón al respecto?
- P3.- ¿Cuántas verificaciones se repetían entre los distintos *fact-checkers*?
- P4.- ¿Qué tipos de verificaciones se realizaron?
- P5.- ¿Cuáles eran los países a los que hacía referencia la verificación o el bulo?
- P6.- ¿Cuáles eran las principales redes sociales o plataformas que las organizaciones de *fact-checking* identificaron en sus verificaciones?

4. Metodología

El análisis y estudio de este tipo de proyectos colaborativos de *fact-checking* –cada vez más frecuentes– plantea la necesidad de establecer una combinación de metodologías cuantitativas –sobre el número de verificaciones, formato, distribución temporal, etc.– y cualitativas como las estrategias narrativas y discursivas y la elección del diseño de la base de datos que comparten.

Desde esta perspectiva, y como señalamos en la introducción, las organizaciones de *fact-checking* seleccionadas fueron seis: *AFP Comprovem* (en catalán) que se integra en *AFP Factual*, *EFE Verifica*, *RTVE Verifica*, *Maldita.es*, *Newtral* y *Verificat*.

Por su parte, la muestra seleccionada se eligió a partir de la base de datos que el *EDMO* hizo pública, descargable y fue actualizando a lo largo de un año. Las fechas del análisis van del 24 de febrero de 2022 al 23 de febrero de 2023³.

Desde un punto de vista metodológico, la primera selección que se hizo fue para eliminar aquellas piezas informativas que presentaban más de una actualización en la propia base de datos. Después, se localizaron los bulos repetidos por las distintas organizaciones de *fact-checking* –se definió la repetición como la duplicidad idéntica de un bulo inequívoco–, ya fuese entre diferentes marcas periodísticas o entre la misma cuando ésta lo publicaba en más de un artículo diferente. También se detectaron publicaciones que incluían agrupaciones de bulos, las cuales fueron suprimidas a la hora de calcular algunas frecuencias, debido a que generaban distorsiones al no poder consideradas –dentro de la unidad de análisis determinada– como un bulo individual⁴.

Es decir, para el análisis de contenido, se seleccionaron dos unidades de análisis: los artículos de verificación, explicación y contextualización realizados por los *fact-checkers* y los bulos unívocos identificados por las organizaciones periodísticas. En el primer caso, la muestra se amplía a 307 publicaciones de las cuales, una vez eliminadas duplicidades, actualizaciones y recopilaciones, quedaron 211 verificaciones.

El trabajo de verificación de las organizaciones de *fact-checking* está determinado por los ciclos informativos, pero también por la propia intensidad de la cobertura de la guerra ruso-ucraniana

Para elaborar la distribución por regiones geográficas, primero se codificaron los bulos por países implicados, y partiendo de esa base, se agruparon en regiones geográficas, estados implicados directamente en el conflicto y nación de origen de la verificación. De esta forma, se estableció la siguiente clasificación, en la cual se pudieron detectar los siguientes territorios:

1. Ucrania.
2. Rusia.
3. Europa: Polonia, Reino Unido, Serbia, Países Bajos, Italia, Alemania, Rumanía, Finlandia, Bielorrusia, República Checa y El Vaticano. Incluye los bulos en los que se involucra a la Unión Europea como organismo.
4. España.
5. Norte y Centro América: EUA, México y Canadá.
6. Oriente Medio y Norte de África: Qatar, Israel y Afganistán.
7. Asia y Australia: Japón, Australia, China y Corea del Norte.

Por otra parte, hemos de señalar que los términos seleccionados a la hora de clasificar los bulos por temáticas se han tomado en base al bulo en sí mismo, y no a su posterior verificación. Es decir, si se ha difundido una falsedad sobre un ataque con vehículos militares, y posteriormente se corrobora que la ofensiva se ha perpetrado únicamente con armas, ésta se clasificará dentro de la temática *vehículos militares*.

En relación a la tipología de verificaciones partimos del trabajo de **Wardle y Derakhshan** (2017) que identifican los siguientes tipos de *dis/mis/malinformation*:

- Sátira o parodia: sin intención de causar daño pero con potencial para engañar.
- Contenido engañoso: uso engañoso de la información con el objetivo de enmarcar una cuestión o a un individuo.
- Contenido impostor: suplantación del contenido de fuentes originales.
- Falsa conexión: titulares, imágenes o subtítulos no son acordes al contenido.
- Falso contexto: el contenido original es compartido con información contextual falsa.
- Contenido manipulado: la información o las imágenes originales son manipuladas con la intención de engañar.
- Contenido fabricado: el nuevo contenido es 100% falso, y está diseñado para engañar y hacer daño.

Y se añadió una nueva, el post explicador. Se trata de contenido cuya veracidad no ha podido ser corroborada por parte de los *fact-checkers*, por lo que deciden aportar una contextualización.

Estas narrativas de explicación forman parte de la estrategia de alfabetización de las organizaciones de *fact-checking* que va más allá de la propia verificación tradicional. Se decidió optar por esta categorización para su posterior indexación por tipos, puesto que parte del concepto de desinformación comprende la información errónea (*misinformation*), pero también la mala praxis intencional (*disinformation* y *malinformation*).

En relación a los formatos (audio, vídeo, texto, etc.) y a las temáticas, más allá de la frecuencia de categorización, nos interesaba también analizar si éstas estaban vinculadas a ciclos de actualidad o a la propia evolución de la guerra.

Por último, nos centramos en comprobar si había una internacionalización de los bulos que habían verificado las organizaciones españolas y, si esto nos permitía establecer la identificación de posibles patrones.

5. Análisis de resultados

5.1. *Fact-checkers* españoles y sus piezas informativas sobre el análisis de las desinformaciones

El trabajo de verificación de las organizaciones de *fact-checking* está determinado por los ciclos informativos, pero también por la propia intensidad de la cobertura de la guerra ruso-ucraniana. Para medir cómo se relaciona la cuestión cronológica con los ciclos de verificación se han decidido examinar dos variables: el número de verificaciones compartidas mensualmente por cada organización y su repetición —ya sea del mismo medio cuando se agrupan distintos bulos o cuando comparte cobertura con otros medios—. También se decidió analizar la distribución de las verificaciones identificadas y subidas a la base de datos del *EDMO* por parte de los distintos proyectos periodísticos con el objetivo de analizar posibles dinámicas y diferencias.

5.1.1 Análisis intermensual

El mes de marzo (gráfico 2) no es solo el que agrupa más artículos de verificación a lo largo del año analizado, sino también en el que más presente está la temática de la Guerra de Ucrania de forma directa, con un total de 160 verificaciones.

Pese a que el porcentaje de desinformación que muestra el mes de febrero es inferior, este debe considerarse muy elevado si tenemos en cuenta que la guerra tan solo llevaba seis días y que todas las afirmaciones que se examinaron durante ese periodo versaron sobre el inicio del conflicto. A partir de abril, los bulos sobre la guerra ruso-ucraniana van disminuyendo, coincidiendo con un menor interés hacia ella por parte de los ciudadanos (ver imagen 1). En septiembre se percibe un punto de inflexión, los verificadores no contradicen ninguna información⁵.

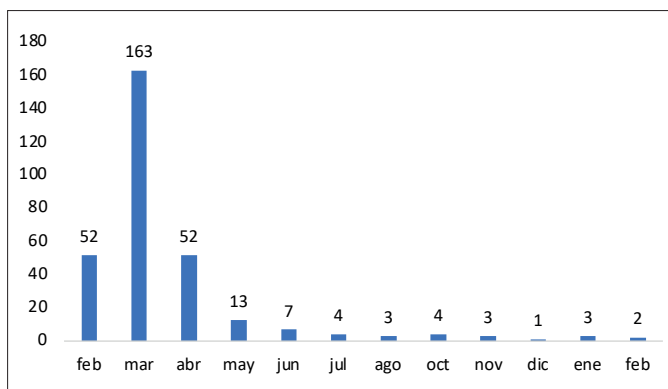


Gráfico 2. Número de verificaciones analizadas por *fact-checkers* españoles distribuidas por mes. Fuente: EDMO.

Esto no significa que la desinformación haya dejado de circular por redes sociales y plataformas, sino que los contenidos que han circulado por España o que han recibido a modo de consulta las organizaciones de *fact-checking* se han reducido significativamente.

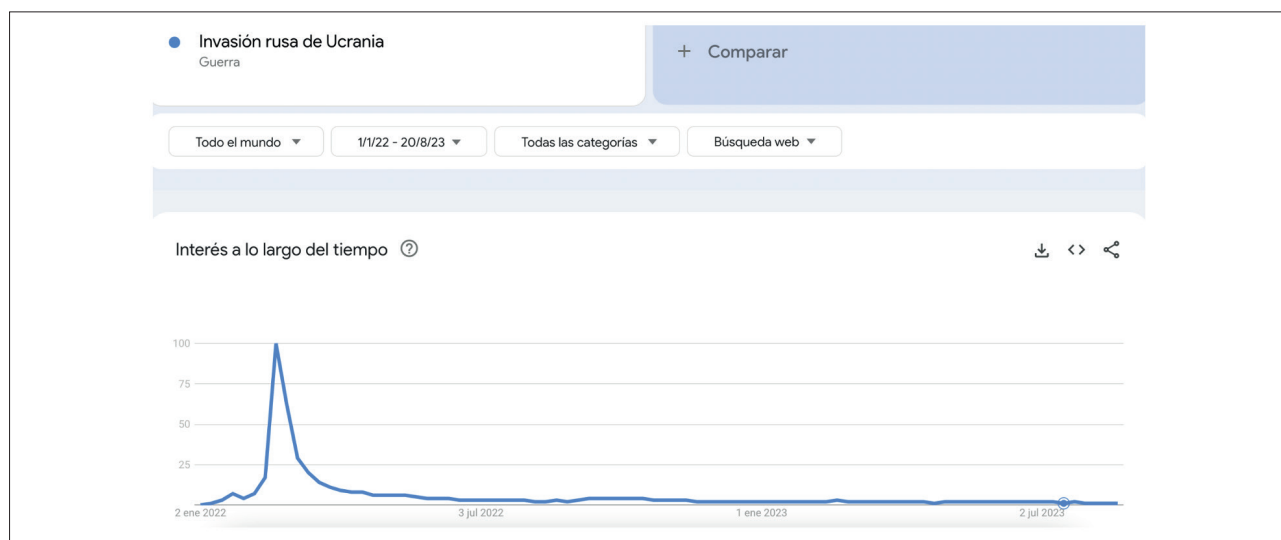


Imagen 1. Volumen de búsqueda del término indexado por Google sobre la guerra ruso-ucraniana, correspondiente a "Invasión rusa de Ucrania". Fuente: Google Trends

5.1.2. Análisis por *fact-checker* y repeticiones de bulos

El número total de verificaciones identificadas y subidas a la base de datos del EDMO ha sido desigual entre los distintos verificadores. La organización que más desinformaciones analizó y verificó sobre el conflicto fue *Maldita.es*, mientras que el segundo medio fue *Newtral*, seguido de *EFE Verifica*. En este sentido, debe mencionarse que *Maldita.es* –como impulsor también de *Ukraine Facts*–, es el medio que más ha enfocado su labor en desmentir bulos sobre esta cuestión. Sus verificaciones casi supusieron la mitad del total de las piezas realizadas por las organizaciones periodísticas.

Por otra parte, queremos destacar que más de la mitad de las publicaciones categorizadas en la base de datos del EDMO están repetidas, hasta 211 de las 307 iniciales. Al respecto debemos señalar que el criterio periodístico, las propias consultas ciudadanas a los distintos canales de comunicación de las organizaciones de *fact-checking* y la relevancia de los contenidos dudosos son tres razones fundamentales para explicar una posible coincidencia en la verificación de contenidos dudosos o falsos.

Maldita.es es la organización periodística que más verificaciones unívocas difundió: 70 de 149; cerca de la mitad de los bulos no repetidos fueron compartidos por este medio. Por el contrario, *AFP* (*Comproven* y *Factual*) proporcionalmente repite más bulos desmentidos por otros verificadores –concretamente el 80%, aunque solo analizaron un total de 10–.

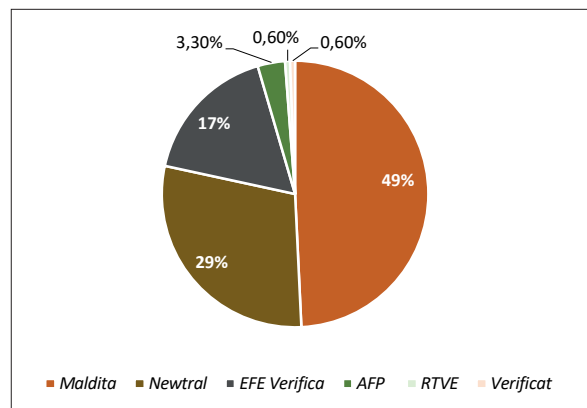


Gráfico 3. Porcentaje de bulos verificados por cada organización de *fact-checking* entre febrero de 2022 y febrero de 2023.

Al respecto, destaca también la posible competencia entre las organizaciones *Newtral* y *Maldita.es*, como los dos *fact-checkers* con más recursos y también con más relevancia, que hace que más de la mitad de sus bulos también están duplicados –61,8% y 53,02% respectivamente–.

Por otra parte, los medios que menos verificaciones repiten son en primer lugar *RTVE Verifica* (tan solo realiza dos análisis, pero ambos son inequívocos), y *EFE Verifica*, que, de 55 piezas informativas, un 61,82% no habían sido analizadas o verificadas por otros *fact-checkers*.

5.1.3. Agrupaciones de bulos

Existen 18 artículos de verificación y explicativos redactados por *fact-checkers* que no solo analizan una única desinformación, sino que realizan una recopilación agrupando varios bulos de una misma temática en una sola publicación. Estos se caracterizan por aglutinar desinformaciones pertenecientes a un mismo periodo o asociadas a un mismo individuo, tales como el ataque al Hospital de Mariupol o la supuesta drogadicción del presidente ucraniano. Al respecto, *Maldita.es* es el medio que ha utilizado este método con más frecuencia, con un porcentaje del 66,66%. *EFE*, *Newtral* y *RTVE Verifica* realizan esta acción de forma aislada, mientras que *APF* y *Verificat* no emplean esta técnica narrativa y discursiva.

5.2. Características de los bulos analizados por los *fact-checkers*

En este apartado se analizan las verificaciones de bulos individuales unívocos, es decir, que no se repiten entre las distintas organizaciones de *fact-checking* ni tampoco se agrupan varios en una única pieza informativa. El objetivo es estudiar el tipo de formato, la distribución geográfica, los temas, los tipos, etc. Es por ello por lo que la muestra se reduce en número, pasando de 307 a 211 verificaciones.

5.2.1. Análisis por tipo de formato en el que se comparte la desinformación

La combinación de texto con imagen y vídeo es lo más habitual entre las verificaciones analizadas, produciéndose un 83,41% de las veces. Cuando hay un único formato, el emisor o distribuidor de desinformaciones tiende a compartirlos a través de texto (53%), seguidamente de vídeo (26%) e imagen (21%). El uso aislado de audio es infrecuente, produciéndose en una única ocasión y sin la combinación con ningún otro formato.

En este sentido, es relevante el hecho de que más de la mitad de los bulos únicamente textuales (el 51,61%), correspondan a las categorías de contenido fabricado y contenido explicativo. Es decir, casi todo el contenido fabricado se ha transmitido a través de texto (11 de los 13 bulos totales)⁶.

5.2.2. Frecuencia de la presencia de regiones específicas en los bulos

En la mayoría de los casos, los bulos no hacen referencia a una única región, sino a varias. El país más afectado por la desinformación, como era previsible, fue Ucrania.

Rusia es el segundo país más mencionado en las verificaciones, casi la mitad de las que hacen referencia a Ucrania. Por su parte, la categoría Europa no agrupa únicamente a los países que engloban específicamente el continente, sino que también se ha considerado relevante incorporar aquellos bulos que nombran a la Unión Europea como institución. En este sentido, parte de la desinformación involucra a países colindantes con Ucrania –Polonia, Rumanía y Bielorrusia– y a países de la Unión Europea o vecinos –Reino Unido, Serbia, Países Bajos, Italia, Alemania, Finlandia y República Checa–. La presencia de América del Norte se justifica en su mayoría por Estados Unidos, aunque en menor medida también se puede observar la presencia de Canadá –país miembro de la *OTAN*– y de México.

Por último, es necesario resaltar el número de bulos que implican a España como país, hasta veinte. Al respecto hay que recordar que las verificaciones han sido publicadas y distribuidas por *fact-checkers* españoles, que en muchos casos reciben peticiones de análisis por parte de sus conciudadanos.

Cabría partir de la hipótesis de que los ciudadanos españoles están expuestos a un mayor número de desinformaciones sobre su país que sobre otra nación extranjera. Sin embargo, dicha cifra no supera el 10% de los bulos totales analizados. Este indicador podría significar una mayor importación de bulos y una menor creación de narrativas desarrolladas específicamente para España.

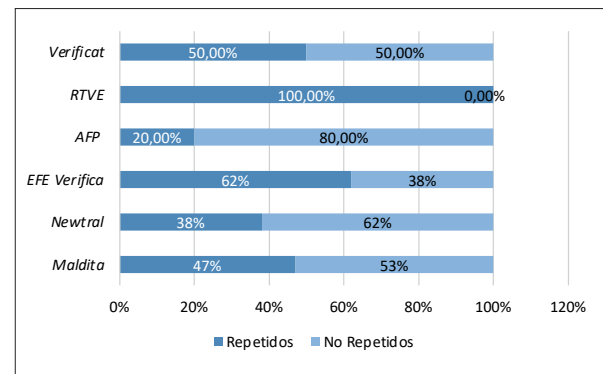


Gráfico 4. Porcentaje de bulos repetidos por cada verificador en el periodo de un año.

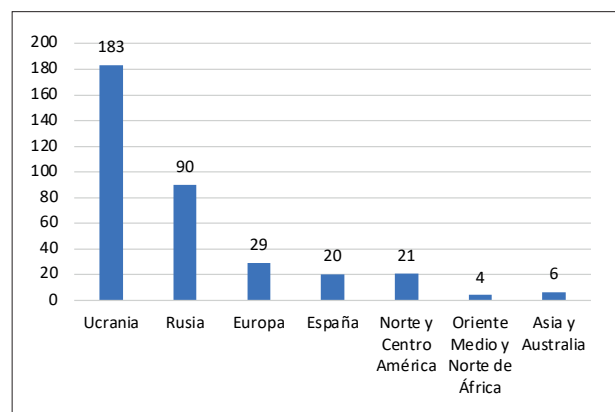


Gráfico 5. Número de bulos que hacen referencia a cada región geográfica.

5.2.3. Frecuencia de la presencia de cada tema en los bulos

El análisis de los temas se ha realizado mediante veinte categorías, las cuales se seleccionaron en base al criterio de pertinencia para los objetivos de la investigación. Se ha considerado imprescindible recoger en el estudio algunos temas que no presentan un resultado superior al 10% respecto al total, para completar cualitativamente la descripción.

De acuerdo con la percepción esperada, la guerra ruso-ucraniana es el tema que más veces se manifestó en el total de los bulos, ya sea de forma directa o indirecta –contextual–.

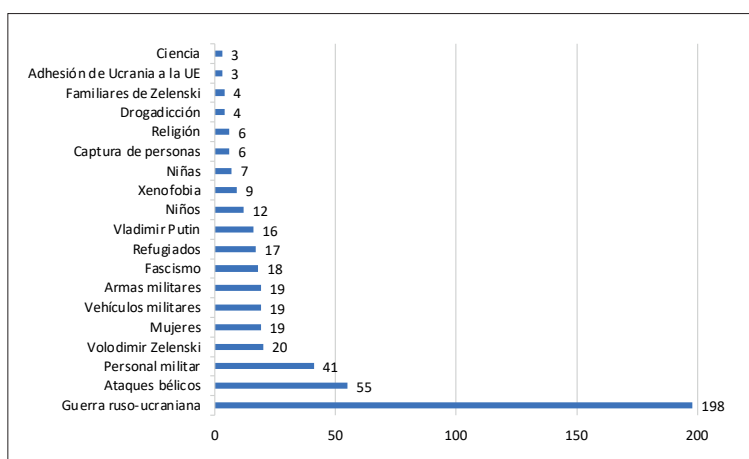


Gráfico 6. Número de bulos que hacen referencia a cada tema.

Por otra parte, el presidente de Ucrania es la persona más afectada por la desinformación. Su homólogo ruso Vladimir Putin presenta un 20% menos de verificaciones que hagan alusión a su persona.

Al presidente ucraniano se le acusa de múltiples asuntos: supuesta drogadicción –un 20% de los bulos relacionados con Zelenski tratan esta cuestión–, simpatía con la ideología nazi, seguimiento de creencias como el satanismo o presunta huida de Ucrania.

En esta línea, resulta interesante ver cómo la narrativa relacionada con la huida de Zelenski se apoya en diferentes estrategias narrativas, tales como las grabaciones realizadas con croma o una reunión que tenía que celebrarse en Kiev y presuntamente se celebró en Polonia. Ocurre lo mismo con las narrativas que vinculan al presidente de Ucrania con el consumo de cocaína o con su afinidad con el fascismo, ambas se achacan a aspectos heterogéneos. Algunos ejemplos son: la presencia ficticia de cocaína en su despacho a través de imágenes manipuladas, sus teóricas declaraciones acerca del consumo en la televisión a través de falsos subtítulos, sus fotografías con camisetas manipuladas con esvásticas, etc.

Por otra parte, las historias inexactas que envuelven al presidente ruso tienen como característica principal que éste no suele ser el protagonista directo de las mismas. Dicho de otro modo, terceros hacen referencia a su persona y se utilizan supuestas declaraciones de apoyo a Putin. Es el caso de los tweets supuestamente escritos por los representantes políticos Pablo Echenique o Adrián Barbón.

Por otra parte, y como se puede observar en el gráfico 6, destaca el número de verificaciones que señalan a mujeres, las cuales suelen presentarse en la dicotomía de víctimas o heroínas. Las damnificadas se presentan como vulnerables ya sea por su edad –niñas o ancianas– o por su condición de gestantes.

Al mismo tiempo, destaca que un porcentaje remarcable de bulos sobre refugiados están caracterizados por contenidos que pueden incitar a xenofobia (47%), ya sea porque las personas que huyen de la guerra son degradadas por motivos raciales a la hora de cruzar la frontera con Polonia, o porque son acusadas de falsos actos incívicos en países donde se les ha proporcionado asilo.

En las ocasiones en las que se hace referencia a la captura de personas, los emisores de desinformación difunden rumores sobre detenciones, órdenes de detención o prisioneros de guerra.

Finalmente, y aunque no exista una gran repetición en la temática adhesión de Ucrania a la Unión Europea, es esencial mencionar que existen hasta tres relatos que tratan de relacionar la incorporación de Ucrania a la UE con su participación en el conflicto bélico.

5.2.4. Tipología

Como señalamos en la metodología, y partiendo de la tipología de **Wardle y Derakhshan (2017)**, hemos de destacar que el tipo de desinformación más frecuente es el falso contexto, en la que se combina el texto con una imagen o un vídeo.

Más de la mitad de los bulos siguen esta estructura, por lo que los posibles emisores prefieren partir de lo que ellos consideran una “evidencia visual”, la cual acompañada de un texto serviría como una forma de justificar la veracidad de las afirmaciones.

Al respecto, debemos indicar que, a través de la clasificación de desinformaciones utilizada, un bulo puede pasar de ser considerado fabricado a ser considerado falso contexto, únicamente por incorporar una imagen o un vídeo real y no manipulado.

“ El mes de marzo de 2022 no es solo el que agrupa más artículos de verificación a lo largo del año analizado, sino también en el que más presente está el tema de la Guerra de Ucrania de forma directa, con un total de 160 verificaciones ”

Por su parte, las categorías de contenido impostor, manipulado, fabricado y explicativo oscilan entre el 6,2 y el 10%. En concreto, y en referencia al contenido impostor, el 70% de los bulos agrupados en esta categoría han suplantado la identidad de medios extranjeros de renombre –*CNN*, *Al Jazeera*, *Time*, *BBC* y *Excélsior*–. *CNN* ha sido la marca periodística más afectada.

Desde esta perspectiva, y más allá de los tipos originales presentados por **Wardle** y **Derakhshan** (2017), es fundamental destacar el contenido explicativo. Con este tipo de informaciones las organizaciones periodísticas han encontrado un método y un formato narrativo para contextualizar aquellas desinformaciones que por sus características no pueden ser desmentidas con pruebas, pero cuyas narrativas son similares a ciertos bulos.

Por su parte, el contenido engañoso tan solo constituye un 3,8% de todas las verificaciones analizadas, y se ha podido advertir que siempre trata de enmarcar de forma negativa a algún individuo, ya sea a una persona física (50%) o a una personalidad jurídica (50%) entendida como un Estado o una comunidad política de derecho como la Unión Europea.

Por último señalar que la falsa conexión es el segundo tipo de desinformación menos utilizado –el último es la sátira–, y en todos los casos el emisor decidió incorporar falsos subtítulos para propagar desinformaciones sobre presidentes de diferentes países. El representante más perjudicado a la hora de modificar sus palabras originales en otro idioma a través de texto fue el presidente de Rusia, Vladimir Putin (60%). Por su parte, Volodímir Zelenski y Joe Biden, fueron a su vez víctimas de la falsa conexión, pero en una menor medida.

5.2.5. Vía de distribución

El canal de distribución ha dejado de ser tan relevante en los análisis sobre la circulación de desinformación porque las estrategias cada vez están más diversificadas. Sin embargo, la preferencia de determinadas redes o plataformas nos permiten analizar los itinerarios de acceso a la desinformación.

Se ha detectado la distribución de bulos a través de tres tipos de plataformas: redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea y sitios web. Los resultados que ofrece el gráfico 8 concuerdan con la percepción de desconfianza de los ciudadanos españoles hacia las redes sociales (**Amoedo et al.**, 2021). Cabe señalar que, además del papel destacado que ha adquirido *TikTok*, la categoría *redes sociales* hace referencia únicamente a aquellos contenidos en los cuales los verificadores no nombraron una red social concreta, sino que se indicó de forma genérica.

5.2.6. Resultados ofrecidos por las organizaciones de fact-checking

Por último señalar que parte de nuestros resultados coinciden con los ofrecidos por las propias organizaciones de *fact-checking* en el aniversario del primer año de guerra en Ucrania.

Un ejemplo es *Newtral*, que hizo un análisis de hasta 144 bulos sobre el conflicto bélico (*Newtral*, 2023). Solo en marzo, en *Newtral* desmintieron 53 de las 144 desinformaciones sobre la invasión, siendo este el mes en el que verificaron más contenidos falsos relacionados con el conflicto (**Perelló**, 2023). Tras marzo, abril y mayo de 2022, el mes de enero de 2023 fue el mes con más verificaciones subidas a la base de datos del *EDMO*.

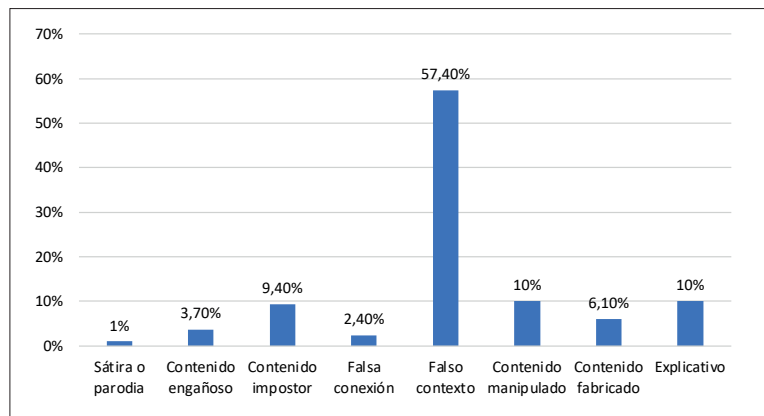


Gráfico 7. Porcentaje de bulos según el tipo de desinformación.

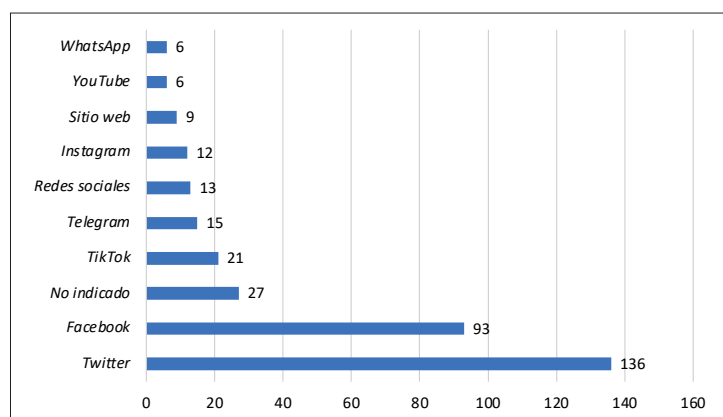


Gráfico 8. Vía de distribución de los bulos según la plataforma empleada.

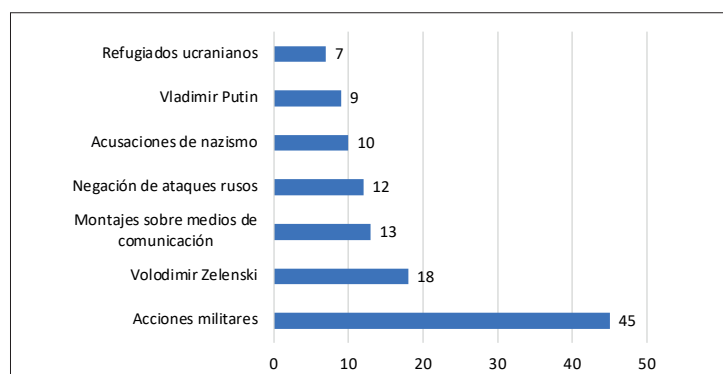


Gráfico 9. Principales narrativas de desinformación sobre Rusia y Ucrania. Fuente: *Newtral*.

Por su parte, la base de datos de *Ukraine Facts* desarrollada por la *IFCN* y liderada por *Maldita.es* tenía, tras el primer año de guerra, categorizadas hasta 357 verificaciones en España —las mismas que en la India, siendo el segundo país con más verificaciones totales por detrás de Ucrania (703)—.

Los bulos relacionados con el Presidente Zelenski son una de las narrativas más potentes de la estrategia de desinformación rusa

De ellas, más de 170 verificaciones corresponden a la organización periodística *Maldita.es*. Según los datos de esta organización, las diez desinformaciones más veces verificadas contienen imágenes y vídeos que fueron tomadas en otros lugares en fechas anteriores a la guerra, tuits falsos, difusión de fotogramas de videojuegos o intentos de desacreditar imágenes reales mediante afirmaciones que apuntaban a que eran un montaje (*Maldita.es*, 2023b).

6. Discusión y conclusiones

En relación a las dos primeras hipótesis planteadas, se confirma que los bulos relacionados con el Presidente Zelenski son una de las narrativas más potentes de la estrategia de desinformación rusa. Del mismo modo, los datos también nos indican que las primeras semanas de la guerra supusieron una parte muy significativa de los contenidos verificados por las organizaciones de *fact-checking*.

Destaca también cómo se internacionalizan los bulos para adaptarse a contextos locales dependiendo de los diferentes ciclos de actualidad y la implicación de los países mencionados.

Por otra parte, y como hemos podido comprobar en investigaciones precedentes, el papel de las organizaciones de *fact-checking* españolas (principalmente *Maldita.es* y *Newtral*) y su relevancia a la hora de verificar contenidos dudosos es muy relevante, incluso en un contexto de desinformación global como el de la invasión rusa en Ucrania.

Su relevancia no sólo es significativa por el número de verificaciones sino también porque en muchas ocasiones anticipan bulos que acaban circulando en países de América Latina. Desde esta perspectiva, podríamos señalar que en España se identificaron más bulos que en otros países, pero también que el papel y protagonismo de estas organizaciones de *fact-checking* hace que también se queden menos contenidos sin verificar que en otros países.

Valoramos también como muy positiva la actitud de las instituciones de la UE hacia los datos abiertos en una cuestión tan importante como la desinformación. La colaboración entre organizaciones de *fact-checking*, pero también que los investigadores puedan acceder a los datos de forma rápida, no sólo permite entender mucho mejor el fenómeno, sus consecuencias y sus limitaciones sino también poder desarrollar respuestas y estrategias más precisas a la hora de identificar tanto las narrativas como sus ciclos de viralización. Como hemos podido comprobar, el desarrollo de habilidades en las labores de verificación y la aparición de organizaciones *Osint* que han tenido un papel relevante en la verificación de imágenes y vídeos de la invasión rusa en Ucrania, suponen dos nuevos factores que determinan la cobertura del periodismo bélico en la actualidad.

Se hace visible también la necesidad de estandarizar previamente los campos de recolección de datos, los procesos y metodologías de verificación y de formación previa, además de consensuar formatos y diseños sobre cómo se presenta la información verificada. En este sentido podemos considerar que la repetición de casi la mitad de los bulos puede ser interpretada como una buena señal, puesto que un mayor número de publicaciones sobre una misma narrativa implica también una mayor propagación de las refutaciones. Sin embargo, es necesario seguir analizando el efecto que producen mensajes repetidos en la recepción de posibles consumidores que se informen a través de las distintas organizaciones de *fact-checking* durante los procesos bélicos.

A modo de conclusión, y a tenor de los resultados obtenidos, se plantean una serie de recomendaciones para combatir la desinformación y mejorar la cobertura informativa de las guerras en la actualidad:

1. Se hace visible la necesidad de que los corresponsales también tengan formación en verificación de imágenes y vídeos al ser testigos preferentes de los conflictos. Su rol de intermediario y marca periodística para la organización mediática que representan les otorga una doble credibilidad para contar lo que está sucediendo pero también para desmentir posibles desinformaciones.
2. Desde el punto de vista de la organización interna de los proyectos de *fact-checking* colaborativo es imprescindible establecer previamente los criterios comunes de la base de datos que van a compartir todas las organizaciones. Con el objetivo de realizar análisis posteriores es fundamental que todos los medios de comunicación puedan hacer su labor de documentación con la máxima estandarización posible.
3. Además de recuperar la importancia del canal de distribución en la categorización interna es importante que se establezca la variable temporal de verificación. Desde esta perspectiva, la fecha y hora de identificación de la posible desinformación como categoría interna, además de la fecha de publicación de la verificación, son infor-

Destaca cómo se internacionalizan los bulos para adaptarse a contextos locales dependiendo de los diferentes ciclos de actualidad y la implicación de los países mencionados

maciones con un uso posterior relevante. Un análisis del tiempo transcurrido entre ambos periodos puede ser fundamental para establecer mecanismos de alerta temprana.

4. Por otra parte, el hecho de indicar la red social o plataforma específica a través de la que se han viralizado las informaciones manipuladas puede ayudar a tener una idea más clara del *target* al que va dirigida la desinformación y el nivel de fiabilidad de la propia plataforma en sus mecanismos de detección.

5. La diferenciación entre la figura del posible autor y la del distribuidor de bulos a través de redes y plataformas sociales por parte de las organizaciones de *fact-checking* puede permitir conocer mejor los posibles objetivos e intenciones detrás de una desinformación y también identificar la coordinación de determinadas campañas.

6. Sería recomendable que las organizaciones de *fact-checking* amplíen su base de personas expertas para reducir una posible brecha de género en la contextualización y verificaciones de narrativas relacionadas con los conflictos bélicos.

7. Consideramos oportuno que las organizaciones de *fact-checking* que cuentan con una base de datos interna para categorizar las verificaciones exploren nuevas narrativas que ayuden a comprender mejor la complejidad de los conflictos bélicos y explicar mejor las estrategias de desinformación desplegadas por los distintos actores implicados.

8. Las organizaciones de *fact-checking* que participen de iniciativas colaborativas deben establecer unas métricas de difusión estandarizadas que permitan distinguir las desinformaciones nuevas de los contenidos ya verificados que vuelven a aparecer repetidamente dependiendo del ciclo informativo. El objetivo debe ser reducir en lo posible la viralización de los bulos ya verificados.

9. Se recomienda publicar en inglés verificaciones que afectan a narrativas globales o que hacen referencia a diferentes países. La internacionalización de los bulos es una de las características más frecuentes en conflictos, crisis y acontecimientos de carácter global.

10. Resulta esencial reforzar las alianzas con las organizaciones de *fact-checking* de los países limítrofes. Este tipo de países, además de verse afectados de forma mucho más directa por las consecuencias de la guerra, se ven limitados porque la monitorización global de la desinformación en lenguas más minoritarias es mucho menor.

Se hace visible la necesidad de que los corresponsales también tengan formación en verificación de imágenes y vídeos al ser testigos preferentes de los conflictos

7. Notas

1. La base completa del *EDMO* puede encontrarse en este enlace:

<https://edmo.eu/war-in-ukraine-the-fact-checked-disinformation-detected-in-the-eu>

2. En enero de 2023, Rusia albergaba 106 millones de usuarios activos de las redes sociales y Ucrania 26,7 millones. Según datos recabados en febrero de 2023, las redes sociales más utilizadas en Rusia son *VK* (75,3%); *WhatsApp* (71,5%); *Telegram* (64,4%); *Odnoklassniki* (43,5%); *TikTok* (42,6%); *Viber* (34,7%); *Instagram* (24%); *Pinterest* (13%); *Skype* (11,7%); *Discord* (8,2%); *Facebook* (7%) y *Twitter* (5,7%), entre otras (**Kemp**, 2023). Mientras que las plataformas sociales más populares en Ucrania son *Facebook* (42,67%); *Twitter* (13,39%); *Instagram* (13,29%); y *YouTube* (8,54%) (*Statcounter*, 2023).

3. El posible sesgo de la muestra seleccionada queda determinado por las propias verificaciones subidas al *EDMO* por las organizaciones periodísticas. En cualquier caso, considerábamos oportuno utilizar esta base de datos porque nos permitía comparar a través de una categorización común las dinámicas de verificación entre las organizaciones españolas.

4. Sin embargo, se decidió contar con las agrupaciones cuando la unidad de análisis se definió como los artículos periodísticos difundidos por cualquier organización de *fact-checking* de la red *EDMO*. Este es el caso de la frecuencia de bulos repetidos entre sí, la cual hace referencia no solo a los artículos que muestran conjuntos de bulos, sino a aquellos que también los exponen de forma individual.

5. Este hecho puede deberse a que el último mes del verano estuvo marcado por una veloz contraofensiva de Ucrania hacia el bando ruso en torno a Járkov.

6. Se puede asociar esta tendencia al hecho de que es más sencillo elaborar información desde cero mediante texto que generar una imagen o un vídeo, lo cual no solo requiere de un mayor esfuerzo, sino también de unas herramientas específicas.

8. Referencias

AlSayyad, Nezar; Guvenc, Muna (2015). "Virtual uprisings: on the interaction of new social media, traditional media coverage and urban space during the 'Arab Spring'". *Urban studies*, v. 52, n. 11, pp. 2018–2034. <https://doi.org/10.1177/0042098013505881>

- Amoedo-Casais, Avelino; Vara-Miguel, Alfonso; Negrodo-Bruna, Samuel; Moreno-Moreno, Elsa; Kaufmann-Argueta, Jürg** (2021). *Digital News Report España 2021*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
<https://doi.org/10.15581/019.003>
- Aral, Sinan** (2023). "The changing face of Russia's information war against Ukraine and other democratic countries: lessons and recommendations. Interview with Professor Sinan Aral". *Security and defence quarterly*, v. 41, n. 1, pp. 88-96.
<https://doi.org/10.35467/sdq/156264>
- Bruns, Axel** (2003). "Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news". *Media international Australia*, v. 107, n. 1, pp. 31-44.
<https://doi.org/10.1177/1329878X0310700106>
- Cabada, Ladislav** (2022). "Russian aggression against Ukraine as the accelerator in the systemic struggle against disinformation in Czechia". *Applied cybersecurity & internet governance*, v. 1, n. 1, pp. 178-193.
<https://doi.org/10.5604/01.3001.0016.0916>
- Caballo-Méndez, Daniel; De-Santiago-Mateos, Miguel-Ángel** (2021). "Fotoperiodismo y 'fake news'. Orígenes y tipos de manipulación de la imagen: el caso de la Agencia EFE". *Cuadernos de documentación multimedia*, v. 32, e80836.
<https://doi.org/10.5209/cdmu.80836>
- Carmack, Dustin** (2022). "US must implement lessons on 'hybrid' conflict from Ukraine war". *The heritage foundation*, n. 3704.
<https://www.heritage.org/node/25023651/print-display>
- Carreras-Álvarez, María-del-Valle; Román-San-Miguel, Aránzazu** (2011). "Redes sociales y herramientas 2.0 en la re-vuelta de Egipto. El poder de derribar a un régimen". En: Verón-Lassa, José-Juan; Sabés-Turmo, Fernando (eds.). *La investigación en periodismo digital. Algunos trabajos desde el ámbito universitario*. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, pp. 336-349. ISBN: 978 8 487 17544 2
<https://idus.us.es/handle/11441/116002>
- EDMO** (2022). *EDMO 2022 Annual conference*. EDMO.
https://edmo.eu/wp-content/uploads/2022/09/2022-AC_Report_updated-Jan-2023_PDF.pdf
- EDMO** (2023). *EDMO Hubs*. EDMO.
<https://edmo.eu/edmo-hubs>
- EEAS** (2021). *Disinformation narratives about the Eastern partnership*. EEAS, December.
https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eeas_-_factsheet_eap_en_v10.pdf
- EEAS** (2023). *2022 Report on EEAS activities to counter FIMI*. EEAS, 2 February.
https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/EEAS-AnnualReport-WEB_v3.4.pdf
- EU Disinfo Lab** (2022). *Narratives and hoaxes. Ukraine war resource hub*.
<https://www.disinfo.eu/ukraine-hub>
- Fernández-Castrillo, Carolina** (2014). "Prácticas transmedia en la era del prosumidor: hacia una definición del contenido generado por el usuario (CGU)". *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, v. 19, pp. 53-67.
https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903
- Fernández-Castrillo, Carolina; Ramos-Vera, Celia** (2023a). "El fotoperiodismo en la era de Telegram: la invasión Rusia de Ucrania en Rossiyskaya Gazeta y Ukrayinska Pravda". En: Bonales-Daimiel, Gema; Sierra-Sánchez, Javier (eds.). *Desafíos y retos de las redes sociales en el ecosistema de la comunicación*, v. 1. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, pp. 451-468.
- Fernández-Castrillo, Carolina; Ramos-Vera, Celia** (2023b). "Social web and photojournalism: user-generated content of the Russo-Ukrainian war". [Web social y fotoperiodismo: Contenido generado por el usuario en la guerra ruso-ucrainiana]. *Comunicar*, n. 77, pp. 85-96.
<https://doi.org/10.3916/C77-2023-07>
- Himma-Kadakas, Marju; Ojamets, Indrek** (2022). "Debunking false information: investigating journalists' fact-checking skills". *Digital journalism*, v. 10, n. 5, pp. 866-887.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043173>
- Ibitowa, Philippe** (2022). "Information warfare, propaganda and the manipulation of opinion in times of conflict: the case of the Russia-Ukraine war". *International journal for multidisciplinary research*, v. 4, n. 6.
<https://doi.org/10.36948/ijfmr.2022.v04i06.1121>
- Karpchuk, Nataliia; Yuskiv, Bohdan** (2021). "Dominating concepts of Russian Federation propaganda against Ukraine (Content and collocation analyses of Russia Today)". *Politologija*, v. 102, n. 2, pp. 116-152.
<https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.4>

- Kemp, Simon** (2023). "Digital 2023: the Russian Federation". *Datareportal*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-russian-federation>
- Lazarenko, Valeria** (2019). "Conflict in Ukraine: multiplicity of narratives about the war and displacement". *European politics and society*, v. 20, n. 5, pp. 550-566.
<https://doi.org/10.1080/23745118.2018.1552108>
- Loo-Vázquez, José-Roberto; Gámez-Paz, Daniela; Lamarque-Vega, Evelyn; Domínguez-Quevedo, Lilieth; Haber-Guerra, Yamile** (2016). "Del gatekeeper al content curator: cambiar algo para que no cambie nada". *Comunicología cubana*, v. 20, n. 92, pp. 1149-1171.
<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/293>
- Maldita.es* (2023a). "Verificar una guerra cuando las bombas caen cerca de casa: cómo los 'fact-checkers' ucranianos se enfrentan a los bulos de la invasión rusa". *Maldita.es*, 24 febrero.
<https://maldita.es/malditobulo/20230224/bulos-invasion-ucrania-stopfake>
- Maldita.es* (2023b). "#UkraineFacts: Las 10 desinformaciones más veces desmentidas por los verificadores un año después del inicio de la guerra". *Maldita.es*, 23 febrero.
<https://maldita.es/malditobulo/20230223/ukrainefacts-10-desinformaciones-mas-desmentidas>
- Martino, John** (2022). "Z: perception as weaponry in the Russian/Ukraine conflict". In: Morelock, Jeremiah; Ziotti-Narita, Felipe (eds.). *The return of history. The Russo-Ukrainian war and the global spectacle*. Ribeirão Preto: Centro Universitário Barão de Mauá, pp. 125-146.
<https://doi.org/10.56344/lv2-c5>
- Micó, Josep-Lluís; Canavilhas, João; Masip, Pere; Ruiz, Carles** (2008). "La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en internet". *Estudos em comunicação*, v. 4, pp. 15-39.
<http://www.ec.ubi.pt/ec/04/pdf/02-Jose-Lluis-Mico-La-etica-en-el-ejercicio-del-periodismo.pdf>
- Milmo, Dan** (2022). "Russia blocks access to Facebook and Twitter". *The Guardian*, 4 March.
<https://www.theguardian.com/world/2022/mar/04/russia-completely-blocks-access-to-facebook-and-twitter>
- Molina-Cañabate, Juan-Pedro; Magallón-Rosa, Raúl** (2023). "Tipologías de desinformación y autoridad percibida en las narrativas sobre el origen del coronavirus en España". *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, v. 10, n. 19, pp. 184-208.
<https://doi.org/10.24137/raeic.10.19.9>
- Newtral* (2023). *Un año de la invasión rusa en Ucrania: datos, análisis y desinformación*. *Newtral*, 24 febrero.
<https://www.newtral.es/invasion-rusa-ucrania-especial/20230224>
- Ortiz-Galindo, Rocío** (2016). "Social cybermovements: a review of the concept and theoretical framework". *Communication & society*, v. 29, n. 4, pp. 165-182.
<https://doi.org/10.15581/003.29.4.sp.165-183>
- Perelló, Blanca** (2023). "Un año de guerra y más de 100 bulos sobre Rusia y Ucrania". *Newtral*, 23 febrero.
<https://www.newtral.es/bulos-guerra-rusia-ucrania/20230223>
- Petrocchi, Maurizio** (2022). "The use of psychology as strategy in hybrid warfare". *The international scientific journal of humanities*, v. 1, n. 1.
<https://doi.org/10.55804/TSU-ti-1/Petrocchi>
- Rodríguez-Tranche, Rafael** (2019). *La máscara sobre la realidad. La información en la era digital*. Alianza.
- Sacco, Vittoria; Bossio, Diana** (2015). "Using social media in the news reportage of war & conflict: opportunities and challenges". *The journal of media innovations*, v. 2, n. 1, pp. 59-76.
<https://doi.org/10.5617/jmi.v2i1.898>
- Sánchez-Duarte, José-Manuel; Magallón-Rosa, Raúl** (2020). "Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España". *Revista española de comunicación en salud*, suplemento 1, pp. 31-41.
<https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Sánchez-Gonzales, Hada; Martos-Moreno, Javier** (2020). "Telegram como herramienta para periodistas: percepción y uso". *Revista de comunicación*, v. 19, n. 2, pp. 245-261.
<https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A14>
- Soengas-Pérez, Xosé** (2013). "El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial". *Comunicar*, v. 41, n. 21, pp. 147-155.
<https://doi.org/10.3916/C41-2013-14>

Soengas-Pérez, Xosé; Assif, Mohamed (2017). “Cyberactivism in the process of political and social change in Arab Countries”. *Comunicar*, v. 53, pp. 49-57.
<https://doi.org/10.3916/C53-2017-05>

Stancu, Mihai-Cristian (2019). “Information war. Case study: the role of Russia Today for coverage of the mission conducted by Russia in East Ukraine”. *Bulletin of Carol I National Defence University*, v. 8, n. 4, pp- 45-53.
<https://doi.org/10.12753/2284-9378-19-07>

Statcounter (2023). *Social media stats in Ukraine - February*. Statcounter global stats.
<https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/ukraine>

Susska, Olga; Chernii, Liudmyla; Sukharevska, Hanna (2022). “Media as a tool of manipulative technology of Russian infoaggression in the Ukrainian media space”. *Journal of interdisciplinary research*, v. 12, n. 01-25, pp. 228-233.
http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120125/papers/A_41.pdf

Vorster, Oli-Rose (2022). “The soviet information machine: The USSR’s influence on modern Russian media practices & disinformation campaigns”. *London School of Economics, Undergraduate Political Review*, v. 4, n. 2, pp. 106-112.
<https://upr.lse.ac.uk/articles/abstract/49>

Wardle, Claire; Derakhshan, Hossein (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy-making*. Strasbourg: Council of Europe.
<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Yarova, Alla (2023). “Thematic patterns of Russian disinformation”. *Baltic journal of legal and social sciences*, v. 4, pp. 158-165.
<https://doi.org/10.30525/2592-8813-2022-4-19>

Zawadzki, Tomasz (2022). “Examples of Russian information war activity at the beginning of Ukrainian crisis”. *International conference: Knowledge-based organization*, v. 28, n. 1, pp. 146-150.
<https://doi.org/10.2478/kbo-2022-0023>

