

La Verificación de Datos en los Medios de comunicación Españoles: Rutinas, Fuentes, Herramientas y Grado de Formación de los Periodistas

Fact-checking in the Spanish media: Routines, Sources, Tools, and Level of Training of Journalists

Bernardo Gómez-Calderón, Álvaro López-Martín

Cómo citar este artículo:

Gómez-Calderón, Bernardo; López-Martín, Álvaro (2024). "La Verificación de Datos en los Medios de comunicación Españoles: Rutinas, Fuentes, Herramientas y Grado de Formación de los Periodistas". *Profesional de la información*, v. 33, n. 1, e330010.

<https://doi.org/10.3145/epi.2024.0010>

Artículo recibido el 11-12-2023
Aceptación definitiva: 27-12-2023



Bernardo Gómez-Calderón

<https://orcid.org/0000-0002-9245-9251>

Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación
Campus de Teatinos, León Tolstoi, 4
29071 Málaga, España
bjgomez@uma.es



Álvaro López-Martín

<https://orcid.org/0000-0001-7871-2137>

Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación
Campus de Teatinos, León Tolstoi, 4
29071 Málaga, España
alvarolopezmartin@uma.es

Resumen

La verificación de datos se está convirtiendo en una tarea periodística fundamental ante la proliferación de contenidos desinformativos difundidos masivamente por redes sociales y otros canales. Partiendo de este hecho, el objetivo fundamental de la investigación que sirve de base a este artículo estribaba en conocer las rutinas profesionales y la formación en materia de verificación de los periodistas que trabajan en medios de comunicación españoles. Para recabar esta información, se elaboró un cuestionario compuesto por 29 ítems, que fue distribuido vía correo electrónico entre periodistas de todo el país durante los meses de mayo y junio de 2023, obteniéndose 326 respuestas. De ellas se desprenden varias constataciones: a) la verificación de datos no es una práctica uniforme, dándose con más frecuencia en determinados tipos de medios —periódicos y plataformas de verificación— y en empresas de gran tamaño; b) ciertas áreas informativas plantean más dificultades a la hora de contrastar los datos, caso de Política y Economía; c) la carga de trabajo es un obstáculo que impide a la mayoría de los periodistas dedicar a las labores de verificación el tiempo que estas requerirían; d) las fuentes preferidas para contrastar datos son las académicas y las oficiales —gobiernos, fuerzas de seguridad del Estado—; e) salvo excepciones, las herramientas digitales que se usan por parte de los profesionales tienen tasas de penetración reducidas; y f) aunque la percepción general de los encuestados es la de estar suficientemente capacitados para las labores de verificación, son minoría los que han recibido formación específica en la materia.

Palabras Clave

Verificación de Datos, Medios de Comunicación, España; *Fact-checking*, Rutinas Profesionales, Desinformación, *Fake News*, Redes Sociales, Plataformas de verificación, Fuentes Informativas.



Abstract

Fact checking is becoming an essential journalistic task because of the proliferation of misinformative content disseminated massively through social media and other channels. Based on this observation, the fundamental objective of the research that serves as the basis for this paper was to learn about the Spanish journalists' professional routines and training in fact-checking. The authors developed a 29-item questionnaire distributed via email to journalists nationwide between May and June 2023 to collect the information. We obtained 326 responses, resulting in several findings: a) the implementation of data verification is not uniform, being more frequent in some types of media —newspapers and verification platforms— and in large corporations; b) workload is an obstacle that prevents most journalists from devoting as much time to verification as it would require; c) some areas generate more problems when it comes to cross-checking data —such as politics and economics—; d) the preferred sources for verification are academic and official sources —governments, state security forces—; e) the digital tools that are known or used by professionals still have low penetration rates, with only some exceptions; f) although the perception of the respondents is that they are sufficiently trained for verification work, only a minority have received specific training in this area.

Keywords

Data Verification, Media; Spain, Fact-Checking, Professional Routines, Misinformation, Fake News, Social Media, Verification Platforms, Information Sources.

1. Introducción

Desde hace aproximadamente un lustro, el interés que la desinformación suscita en el ámbito académico no deja de incrementarse. El fenómeno ha sido abordado desde distintos ángulos, con especial atención a su conceptualización (**Brennen et al.**, 2020; **Baptista; Gradim**, 2022), al proceso de producción de las *fake news* (**López-Martín et al.**, 2023; **Tandoc et al.**, 2021) y su difusión masiva (**Raponi et al.**, 2022; **Hollowood; Mostrous**, 2020), a la incidencia del factor psicológico en la credibilidad de las noticias falsas (**Halpern et al.**, 2019; **Kappes et al.**, 2020; **Batailler et al.**, 2022) y, muy especialmente, a las labores de verificación de las informaciones (**García-Marín et al.**, 2023; **García-Marín; Salvat-Martinrey**, 2022; **Ceron; Carrara**, 2023).

Si bien el chequeo de datos forma parte de las rutinas esenciales del periodismo (**Thomson et al.**, 2022; **Kovach; Rosenstiel**, 2021; **López-García et al.**, 2016), su papel ha cobrado un inusitado protagonismo en los últimos años debido a la multiplicación de las fuentes derivada de la digitalización de los contenidos (**Lecheler et al.**, 2019; **Rúas-Araújo et al.**, 2020; **Thomson et al.**, 2022). La inflación de emisores se ha producido sobre todo merced al uso de las redes sociales, en las que cualquier usuario dispone de las herramientas necesarias para crear y difundir mensajes que pueden llegar a millones de individuos, sin importar su nivel de veracidad o rigor (**Kleis Nielsen; Ganter**, 2018).

Las rutinas profesionales vinculadas a la verificación han recibido hasta ahora una atención solo limitada por parte de la academia, como advierten **Herrero and Herrera-Damas** (2021b), si bien cada vez se registran más trabajos a nivel internacional (**Thomson et al.**, 2022; **Zhang; Li**, 2020; **Graves; Cherubini**, 2016; **Brookes; Waller**, 2023; **Ginsberg; Gori**, 2021; **Xu; Gutsche Jr**, 2021; **Schapals; Harb**, 2022) como en el área hispanohablante (**Montemayor Rodríguez; García Jiménez**, 2021; **Herrero; Herrera-Damas**, 2021b; 2021a; **Rodríguez-Hidalgo et al.**, 2021; **Moreno Gil et al.**, 2021).

En esta investigación se abordan las rutinas asociadas a la verificación de datos en los medios de comunicación españoles, así como la formación de los periodistas para esta tarea. El propósito último de los autores estriba, por una parte, en enriquecer y complementar la literatura existente sobre el fenómeno desinformativo y, por otra, en identificar eventuales carencias en el perfil de los redactores que se enfrentan en la actualidad a la tarea de contrastar las noticias.

1.1. La Verificación de Datos, Una Tarea Exigente

La industria periodística está experimentando actualmente una transformación integral, que afecta de manera profunda al perfil del periodista demandado por los medios (**Herrero-de-la-Fuente et al.**, 2022; **Román-San-Miguel et al.**, 2022). Este ha de asumir hoy rutinas, dinámicas y habilidades impensables hace tan solo unos años (**Herrero-Diz et al.**, 2022); su quehacer cotidiano está presidido por la rapidez y la inmediatez, valores supremos del periodismo del siglo XXI (**Rosemberg; Feldman**, 2008; **León-Valle; Vélez-Bermello**, 2021), lo cual afecta en no pocas ocasiones a la rigurosidad de la verificación de datos (**López-García et al.**, 2016), con las implicaciones deontológicas que ello conlleva (**Blanco-Herrero; Arcila-Calderón**, 2019).

El periodista desempeña en la actualidad un papel determinante en la neutralización de la desinformación (**Sánchez-Gey Valenzuela et al.**, 2021), pese a que, como apuntan **Herrero-Diz et al.** (2022), con frecuencia se vea desbordado por la dificultad que entrañan las tareas de verificación. Resulta llamativo que, en este terreno, la tecnología sea, a la vez, contrincante y aliada (**Herrero; Herrera-Damas**, 2021b): si bien la expansión de lo digital es en buena medida

responsable del auge de las *fake news* (Ardèvol-Abreu; Gil de Zúñiga, 2017; Shu *et al.*, 2020), multitud de autores llaman la atención sobre la indudable utilidad de webs y aplicaciones sociales en el combate contra los contenidos desinformativos (Weikmann; Lecheler, 2023; Magallon-Rosa, 2018; Hassan *et al.*, 2017).

Thomson *et al.* (2022) apuntan que los periodistas y los medios de comunicación a menudo no pueden establecer la veracidad de una noticia simplemente investigando a la fuente. La moderna verificación de datos es una labor intelectual y profesionalmente exigente, que requiere el reciclaje continuo de los redactores en materia tecnológica, pues han de dominar las herramientas digitales de búsqueda de información, las redes sociales e, incluso, la inteligencia artificial (Montemayor Rodríguez; García Jiménez, 2021; Himma-Kadakas; Ojamets, 2022). A estos requisitos, Vizoso and Vázquez-Herrero (2019) añaden que el periodista encargado de verificar ha de disponer de conocimientos de programación, aplicaciones especializadas y *data journalism*: sin duda, se trata de un programa formativo ambicioso y complejo.

No obstante, la literatura científica advierte también de que, a la hora de chequear una información, la capacitación tecnológica debe combinarse con las aptitudes clásicas del periodismo, como el pensamiento crítico o el conocimiento transversal de la actualidad (Sánchez Gonzales, 2022; Carpenter, 2009; Marta-Lazo *et al.*, 2020; García-Marín, 2021; Örnebring; Mellado, 2018).

Autores como Graves (2016) y Brandtzaeg *et al.* (2016) han puesto el foco sobre las herramientas utilizadas por los profesionales para verificar las informaciones. Entre ellas, predominan aplicaciones como Google Maps, TinEye, Google Images o Tungstene (Brandtzaeg *et al.*, 2016). Sin embargo, sus hallazgos contrastan con los de Himma-Kadakas y Ojamets (2022), quienes, focalizando el análisis en una muestra de periodistas estonios, concluyen que el uso de estos instrumentos y otros similares, como Fotoforensics, AnyWho o Pipl.com, no está demasiado extendido. El factor geográfico y las distintas culturas periodísticas de cada país podrían explicar esta disparidad de registros.

En el caso de España, Montemayor Rodríguez y García Jiménez (2021) constatan que la verificación de datos sigue siendo, en buena medida, rudimentaria, y que el empleo de herramientas digitales resulta todavía limitado. Las aplicaciones más conocidas por los redactores serían Google, Google Maps y Google Images, muy poco especializadas.

La clave podría estar en la formación de los futuros redactores. Aunque en España es cada vez más habitual la inclusión del *fact-checking* en los planes de estudio del Grado en Periodismo (Herrero-Diz *et al.*, 2022), su peso es aún reducido, recayendo el grueso de la formación en títulos propios y másteres específicos (Moreno-Gil *et al.*, 2023). El otro vector educativo lo constituyen las propias empresas periodísticas, que con cierta asiduidad organizan cursos para sus empleados, si bien, como apuntan Himma-Kadakas and Ojamets (2022), el hecho de que se suelen desarrollarse en horario laboral dificulta su seguimiento, especialmente en los medios con plantillas reducidas; de ahí que estos autores consideren bajo el nivel de capacitación que proporcionan.

1.2. La Expansión del Fact-checking

Como variante de la verificación tradicional, en los últimos años ha surgido el *fact-checking* (Fridkin *et al.*, 2015; Adair, 2019), popularizado ante la digitalización de los contenidos de los medios de comunicación. Este “movimiento periodístico”, como lo denomina Graves (2016), presenta una característica esencial: la importancia del componente tecnológico en el proceso de chequeo de las informaciones. Así se infiere de Vázquez-Herrero *et al.* (2019), quienes definen el *fact-checking* como aquella práctica “basada en la comprobación de datos con herramientas actuales, con la informática y las tecnologías como elementos básicos en su marco de actuación” (p. 3).

Numerosos autores consideran el *fact-checking* una nueva “especialización” profesional, con influencias del *data journalism* y de la documentación informativa (Graves, 2017; 2016; Brandtzaeg *et al.*, 2018). Como apuntan López-García *et al.* (2016), el origen de los periodistas verificadores o *fact-checkers* se encuentra en los medios de referencia estadounidenses, quienes, a partir de la segunda mitad del siglo pasado, incorporan a redactores dedicados al chequeo de informaciones políticas. En la actualidad, la presencia de *fact-checkers* se ha extendido a todas las secciones, y su cometido es el de revisar los contenidos que van a publicarse para garantizar la veracidad de las fuentes y la exactitud de los datos que contienen (Herrera-Cabello, 2020). En España, destaca en este sentido RTVE, que cuenta con un equipo de periodistas verificadores que colaboran con los reporteros de la cadena en tareas informativas (Montemayor Rodríguez; García Jiménez, 2021).

El grueso de la literatura científica concibe el *fact-checking* como una operación de comprobación de noticias ya difundidas, diferenciándolo así de la verificación periodística convencional (Herrero; Herrera-Damas, 2021b; Graves; Cherubini, 2016). Sin embargo, hay quien aplica el mismo término a ambas actividades; es el caso de Cazalens *et al.* (2018), quienes distinguen entre “*fact-checking* a priori” —integrado por las comprobaciones previas a la publicación o emisión de una pieza, categoría a la que se adscriben los procedimientos de verificación habituales de los medios de comunicación— y “*fact-checking* a posteriori”, ejecutado cuando una noticia es ya de dominio público.

El auge de esta práctica se ha traducido en la aparición de medios dedicados en exclusiva al chequeo de informaciones: se trata de las plataformas de verificación, que analizan contenidos difundidos por terceros (**García-Marín et al., 2023; Brennen et al., 2020; Graves, 2016**).

En todo el mundo, las empresas de *fact-checking* han experimentado un crecimiento exponencial durante el último decenio y, especialmente, a raíz de la pandemia de Covid-19 (**Tuñón; Sánchez, 2022**). A fecha de 1 de noviembre de 2023, hay censadas a escala internacional un total de 423 plataformas. De ellas, 118 pertenecen a la International Fact-Checking Network (IFCN), una organización fundada por el Poynter Institute en 2015 con el propósito de garantizar y fomentar la excelencia en las prácticas de estas entidades.

En el caso español, el primer proyecto de esta naturaleza fue Miniver.org, que tomaba su nombre del Ministerio de la Verdad orwelliano, fundado en 2006 y aún activo en la actualidad. Desde entonces, han surgido numerosas plataformas —tanto independientes como vinculadas a empresas periodísticas—, detectándose también aquí un punto de inflexión a raíz de la pandemia iniciada en 2020 (**Herrero; Herrera-Damas, 2021b**). En concreto, los datos recogidos en trabajos en los que se aborda el *fact-checking* en el área hispanohablante (**Herrero; Herrera-Damas, 2021a; Palau-Sampio, 2018; Vizoso; Vázquez-Herrero, 2019**) muestran un incremento de más del 100% durante el trienio comprendido entre 2018, cuando aparecían censadas 19 entidades de verificación, y 2021, en que la cifra ascendía ya a 46. Entre las de mayor visibilidad, cabe destacar a Maldita.es (lanzada en 2014), Newtral (fundada en 2018), Verificat y EFE Verifica (ambas de 2019), únicos medios españoles integrados en la IFCN.

Las plataformas de verificación, más allá de su cometido estrictamente periodístico, pueden desempeñar una nada desdeñable función pedagógica: de ahí que estudios como los de **Jiang and Wilson (2018), Lotero-Echeverri et al. (2018)** y **Portugal and Aguaded (2020)** las consideren vehículos de alfabetización mediática frente al fenómeno de las *fake news*.

También hay investigaciones que cuestionan la utilidad de las plataformas, debido a su reducido impacto entre la audiencia (**Vinhas; Bastos, 2022**) y a la posible amplificación de bulos que propiciarían (**Pérez-Curiel; Velasco-Molpeceres, 2020**). Pero son mayoría los autores que destacan su relevancia en la lucha contra la desinformación (**Chung; Kim, 2021; Zhang et al., 2021; Lee et al., 2023**).

2. Objetivos y Metodología

Esta investigación se planteó con el objetivo de conocer las rutinas y la formación en materia de verificación de los periodistas que trabajan en medios de comunicación y plataformas de *fact-checking* españoles. Con ello se pretendía aportar una orientación lo más certera posible sobre la capacitación y las actuaciones llevadas a cabo por los profesionales para contrastar los datos y, llegado el caso, neutralizar noticias falsas.

Al amparo de este propósito general, se definieron cuatro objetivos específicos que orientarían la elección del método de investigación y el desarrollo del trabajo de campo. El objetivo 1 (O1) pretendía determinar cuánto tiempo dedican los periodistas españoles a la verificación de datos, las dificultades que encuentran en la tarea y las diferencias que perciben en función del área de la actualidad en la que desempeñen su trabajo. El segundo objetivo (O2) aspiraba a identificar las fuentes personales e institucionales que habitualmente se utilizan para el contraste de la información, y el nivel de confianza o desconfianza que generan entre los profesionales. El objetivo 3 (O3) pretendía detectar qué herramientas digitales suelen emplear los redactores en las labores de verificación; y, finalmente, el cuarto objetivo (O4) ponía el foco en el nivel de formación y capacitación de los periodistas en el ámbito del chequeo de datos, con especial atención a las eventuales carencias que pudieran evidenciar.

2.1. Método

Para alcanzar los objetivos planteados, se optó por aplicar la técnica de la encuesta a través de cuestionario, tomando como sujetos de estudio a los periodistas españoles que desarrollan su labor en medios de comunicación (prensa y revistas en formato papel y digital, cadenas de radio y televisión, agencias de noticias) y en plataformas de verificación. La elección de esta técnica vino determinada por su idoneidad para el estudio de grupos numerosos de individuos en periodos cortos de tiempo (**Blanco, 2011**), así como por la posibilidad que ofrece de abordar un amplio espectro de temas y de determinar las características de comunidades extensas —en este caso, el conjunto de los profesionales de la información— (**Sautu et al., 2005; Hernández-Sampieri et al., 2003**).

La encuesta se suministró de manera *online* entre los meses de mayo y junio de 2023, en dos oleadas sucesivas. Para ello, se empleó una base de datos de 4.500 correos electrónicos personales obtenidos a partir de los directorios de prensa de las comunidades autónomas y de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). La comunicación se canalizó en ocasiones a través de asociaciones de la prensa y otros colectivos profesionales, de los que fueron contactados un total de 120, con el objetivo de maximizar la difusión del cuestionario. El número final de respuestas obtenidas fue de 326, y aunque la muestra no podía ser, dado el método de recolección de datos, representativa, se consideró válida para alcanzar los objetivos del estudio. Su tamaño, además, estaba en línea con los registros obtenidos por otros

trabajos en los que se somete a análisis al conjunto de los periodistas españoles, como el de **Blanco-Herrero y Arcila-Calderón** (2019), cuya muestra la conforman 383 encuestados.

El cuestionario constaba de 29 preguntas cerradas, de respuestas tanto únicas como múltiples o basadas en escalas Likert. Para su diseño se tomaron como referencia trabajos previos (**Blanco-Herrero; Arcila-Calderón, 2019; Martínez-García; Bosch, 2019; López-Martín et al., 2021; Román-San-Miguel et al., 2022**) y se añadieron variables *ad hoc* relacionadas con los objetivos específicos de la investigación. Con el fin de depurar su redacción y las variables y categorías contempladas, se realizó un pretest entre 20 periodistas como paso previo a su distribución nacional.

El cuestionario se estructuró en tres bloques:

a) Información de registro, referida a los ítems identificativos y sociolaborales de los sujetos, que conformarían las variables independientes del estudio: sexo, edad (estructurada en franjas), comunidad autónoma de residencia, nivel formativo, experiencia laboral (también articulada en franjas: menos de un año, de 1 a 2 años, de 3 a 5, de 6 a 10, de 11 a 15, de 16 a 20, de 21 a 25 o más de 25 años), tipo de empresa en la que trabaja y tamaño de esta (menos de 10 empleados, entre 11 y 25, entre 26 y 50 o más de 50) y categoría profesional (redactor —de plantilla o *freelance*— y periodista gráfico o visual).

b) Verificación y rutinas profesionales. En este bloque se abordaban cuestiones relativas al proceso de chequeo de las informaciones: tiempo invertido en la tarea, diferencias entre secciones, dificultades relacionadas con el proceso de verificación, fuentes consultadas de modo más frecuente, grado de confianza generado por las fuentes, carácter colaborativo de las labores de verificación, herramientas digitales utilizadas y uso de redes sociales.

c) Formación en tareas de verificación. Aquí se contemplaban variables como el nivel de capacitación de los encuestados, la enseñanza —reglada o no— que hubiesen recibido y sus demandas respecto a la formación para el contraste de informaciones.

Una vez completada la recepción de respuestas, se generó una matriz de datos en la aplicación SPSS (v. 28) y se procedió a su explotación estadística, con operaciones de naturaleza tanto descriptiva como inferencial (prueba de chi-cuadrado, regresión lineal múltiple).

2.2. Composición de la Muestra

La muestra final estaba formada por 326 entrevistados, de las cuales el 53,1% eran mujeres. Por edades, los tramos más abultados eran el de los periodistas de entre 25 y 34 años (26,7%), y el que iba de los 45 a los 54 (26,1%); por debajo de 25 años se situaba solo el 4,6% de la muestra, y por encima de los 64, el 5,5%. El 54% de los encuestados disponía de la licenciatura o el grado en Periodismo, mientras que un 24,5% acreditaba el título de máster; solo un 8,5% carecía de estudios superiores. En cuanto a la distribución de individuos por comunidades autónomas, queda reflejada en la tabla 1:

Tabla 1: Comunidad Autónoma de los Encuestados.

	Número de individuos	Porcentaje (%)
Andalucía	42	12,9
Aragón	3	0,9
Asturias	10	3,1
Baleares	12	3,7
Canarias	10	3,1
Cantabria	12	3,7
Castilla-La Mancha	14	4,3
Castilla y León	28	8,6
Cataluña	37	11,3
Comunidad Valenciana	34	10,4
Extremadura	6	1,8
Galicia	16	4,9
Madrid	72	22,1
Murcia	7	2,1
Navarra	5	1,5
País Vasco	8	2,5
Rioja (La)	6	1,8
Ceuta	1	0,3
Melilla	3	0,9
Total	326	100,0

Fuente: elaboración propia.

Por lo que se refiere a la trayectoria y situación laboral de los entrevistados, el 28,8% acumulaba más de 25 años de antigüedad en la profesión, el 36,9% entre 11 y 25, y aproximadamente un tercio (34,4%) llevaba como máximo un decenio ejerciendo el periodismo. La mayoría de los encuestados pertenecía a la plantilla de un medio escrito en formato papel o digital, mientras que en torno al 15% se encuadraba en medios audiovisuales (tabla 2):

Tabla 2: Tipo de Empresa de los Encuestados.

	Número de individuos	Porcentaje (%)
Prensa papel/digital	195	59,8
Revista papel/digital	29	8,9
Radio	22	6,7
Televisión	28	8,6
Agencia de noticias	38	11,7
Plataforma de verificación	14	4,3
Total	326	100,0

Fuente: elaboración propia.

Lo más habitual es que la empresa actual de los entrevistados acogiera a más de 50 trabajadores (52,5% de incidencias), mientras que en un 17,5% de los casos oscilaba entre 11 y 25, y un 22,4% de los medios se situaban por debajo de los diez empleados. En cuanto a la categoría profesional de los sujetos, un 87,1% se adscribía al puesto de redactor de plantilla, un 8,9% al de *freelance* y un 4% al de periodista gráfico o visual.

3. Resultados

A continuación, se recogen los resultados extraídos de las respuestas al cuestionario, atendiendo a los rasgos más comunes del conjunto de los encuestados. En aquellos casos en los que el análisis bivalente o multivalente ha arrojado índices estadísticamente significativos, se especifica la incidencia de las variables independientes del estudio.

3.1. Actividades de Verificación, Dedicación y Dificultades que Entrañan

Los periodistas perciben de forma generalizada que, en los últimos años, se han incrementado las tareas de verificación como parte de su rutina cotidiana: así lo manifiesta el 83,7% de la muestra. La inmensa mayoría (74,9%) dedica como máximo una hora a contrastar las informaciones, y solo un 2,5% emplea más de 120 minutos.

La prueba de chi-cuadrado revela una relación estadísticamente significativa entre el tiempo de verificación y la variable “tipo de medio” [χ^2 (5, N=326) = 23,277, $p < 0,000$], registrándose los periodos más elevados en prensa en papel y plataformas de verificación, frente a cadenas de radio, televisiones y agencias de noticias.

Del mismo modo, el tamaño de la empresa también se relaciona significativamente con la variable temporal [χ^2 (3, N=326) = 8,000, $p = 0,046$], siendo los periodistas encuadrados en medios de más de 25 trabajadores los que destinan más tiempo a la verificación de datos.

El chequeo de la información constituye una actividad eminentemente individual, que cada periodista afronta por regla general en solitario. La mayoría de los entrevistados solo colabora con otros redactores “a veces” (45,1% de casos) o “casi nunca” (31,3%), siendo pocos (12,3%) los que suelen apoyarse en los compañeros para contrastar las noticias.

No todas las secciones requieren, en cualquier caso, la misma dedicación a la hora de verificar, tal y como asegura el 94,2% de la muestra. En este sentido, las más exigentes son Política (65,6% de menciones entre quienes reconocen diferencias por temas) y, a cierta distancia, Economía (39%). También hay una tasa reseñable de entrevistados que destacan las áreas de Sanidad (34,4%), Inmigración (30,4%), Internacional (26,4%) y Sociedad (21,8%). Los registros más discretos corresponden a Deportes (8,3%) y Cultura (4,3%).

En muchas ocasiones, la necesidad de verificar los datos colisiona con ciertas dificultades que condicionan —y hasta llegan a obstaculizar seriamente— la tarea. La principal de todas ellas es la carga de trabajo que ya soportan los redactores, y que no les deja margen para analizar con detenimiento las informaciones que reciben: así lo manifiesta el 76,4% de los encuestados. El 87,1%, además, asegura que dedicaría más tiempo a la verificación si no tuviera que hacer frente a la enorme cantidad de labores que tiene asignadas.

Asimismo, resultan una traba el carácter interesado —y, por tanto, escasamente fiable— de las fuentes disponibles (69,3% de menciones) y la propia localización de esas fuentes (55,8%), que en muchos casos resultan difíciles de identificar o con las que no es sencillo contactar. Las labores de búsqueda —y su correlato, el uso de repositorios digitales y analógicos— resultan problemáticas solo para una minoría de encuestados (entre el 17,2 y el 17,8%), lo cual apunta a un dominio razonable de las rutinas vinculadas con el contraste de noticias.

Para un 42,3% de la muestra, no hay diferencias en la labor de verificación en función del tipo de contenido con el que se trabaje, aunque un 30,1% considera más complejos los documentos de texto, en tanto que otros redactores destacan los materiales fotográficos y videográficos (15,9% de incidencias entre ambos).

Los encuestados detallan también el nivel de importancia que atribuyen a las distintas tareas que implica la actividad de verificación, en una escala del 1 (“ninguna”) al 5 (“mucho”). Las más relevantes resultan ser la localización de fuentes (el 68,1% de la muestra le adjudica un 5), la extracción de datos (en este caso, el 74,2% marca 4 o 5) y las búsquedas documentales (69,6% de respuestas 4 y 5). La monitorización de redes sociales, por el contrario, es

percibida como escasamente provechosa para las labores de verificación, pese al caudal informativo que circula a través de ellas.

3.2. Fuentes Empleadas Para el Chequeo de Datos

Las fuentes determinan para la mayoría de los entrevistados la eficacia de la verificación de una información, y no tanto su disponibilidad —que también—, sino especialmente su calidad. Hay una serie de entidades e instituciones a las que los periodistas recurren de modo habitual para contrastar los datos (gráfico 1):

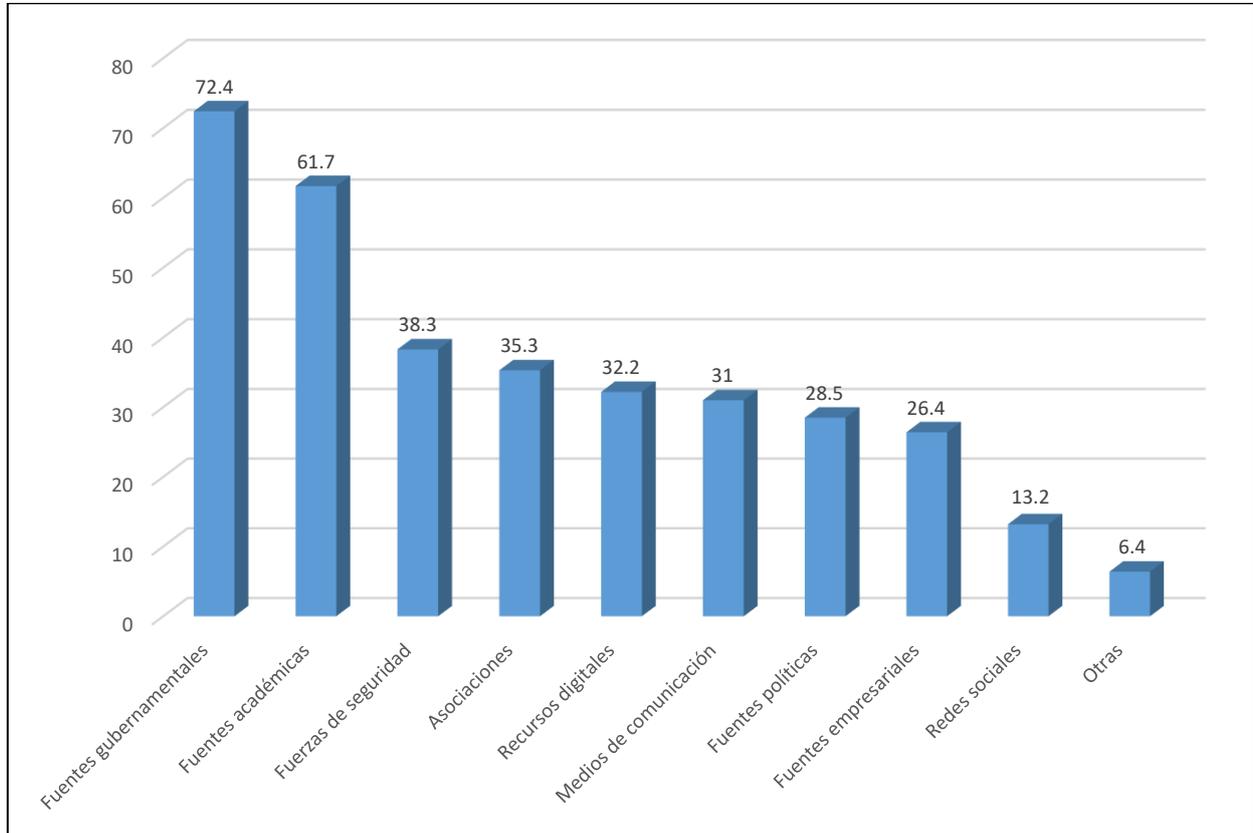


Gráfico 1: Fuentes Usadas Para la Verificación de Datos*.
* En porcentaje de menciones. Fuente: elaboración propia.

Las fuentes de naturaleza gubernamental son la primera instancia lógica sobre la que descansa la labor de verificación; pero, de acuerdo con las respuestas al cuestionario, también gozan de un protagonismo reseñable las instituciones científicas, desde investigadores hasta revistas académicas internacionales, cuyo concurso es imprescindible para cotejar la información de carácter especializado. Asimismo, las fuerzas de seguridad, las asociaciones, los recursos digitales y los propios medios de comunicación parecen constituir herramientas útiles a la hora de contrastar datos, al menos para una tercera parte de los entrevistados, que los usan de modo habitual.

No resulta muy elevado el promedio de fuentes que los periodistas suelen utilizar por pieza: generalmente se limitan a dos (45,4% de casos), y un 33,7% llega a tres. A mayor número solo recurre el 9,2% de la muestra, mientras que un 11% reconoce no pasar de una.

Como parece lógico, el nivel de confianza que inspiran entre los profesionales varía de unas fuentes a otras. Las más fiables resultan, a cierta distancia del resto, las de naturaleza académica (78,8% de menciones) y gubernamental (60,7%) y las vinculadas a las fuerzas de seguridad del Estado (45,7%). Junto a ellas, hay un tercio de encuestados a los que les merecen credibilidad las asociaciones profesionales (34,4%).

Frente a esto, las fuentes en las que los periodistas depositan menos confianza, de entre las tradicionales, son las políticas (46% de incidencias) y las empresariales (36,2%), identificadas como excesivamente parciales. Pero, sobre todo, se consideran poco fiables las redes sociales (82,2% de respuestas): no en vano, los entrevistados las consideran un foco claro de desinformación debido a la difusión masiva de *fake news* que propician.

En este sentido, X, la red propiedad de Elon Musk, es la que en mayor medida es percibida como vehículo de noticias falsas (72,1% de menciones), seguida de dos aplicaciones englobadas bajo el paraguas de Meta: WhatsApp (64,7%) y Facebook (64,1%). Y junto a estas redes, aparecidas en la primera década del siglo XXI, destaca ya TikTok, más reciente y aún en fase expansiva, como fuente de desinformación (45,4% de respuestas) (gráfico 2).

Todo esto explicaría que el seguimiento de los *social media* no sea considerado una tarea prioritaria para la verificación de datos por parte de los periodistas, como se constataba en el epígrafe anterior.

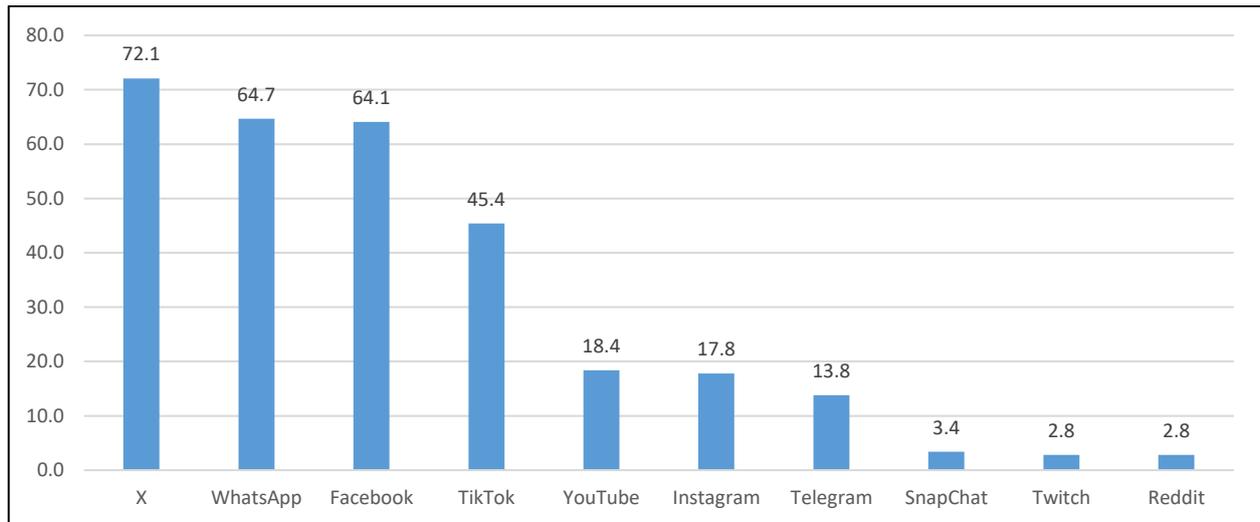


Gráfico 2: Redes con Mayor Cantidad de Contenido Desinformativo*.

* En porcentaje de menciones. Fuente: elaboración propia.

3.3. Herramientas Digitales de Verificación

El repertorio de herramientas *online* que los periodistas tienen a su disposición para verificar contenidos es amplio y va engrosándose a enorme velocidad, al hilo del desarrollo tecnológico y de las propias necesidades de los actores informativos.

Los recursos utilizados con más asiduidad por los encuestados (tabla 3) son la hemeroteca digital (69,1% de menciones) y el geolocalizador Google Maps (64,3%). El resto de herramientas ofrece unos registros mucho menos abultados.

Como repositorio para la búsqueda de páginas webs, Archive.org parece ser el preferido (15,6% de incidencias), mientras que en el ámbito de la localización de imágenes sobresale Search by Image, utilizada por el 18,1% de los periodistas.

Las páginas o apps específicamente diseñadas para el *fact-checking* presentan una tasa de uso muy discreta: nos referimos a Fact Checking Explorer (herramienta de Google que testa la veracidad de las noticias), Fotoforensics (verificador de imágenes) e Invid (que trabaja con archivos de video), empleadas por una proporción de entrevistados que oscila entre el 7,7 y el 2,1%.

De las aplicaciones que sirven para buscar y/u organizar la información disponible en las redes sociales, sobresale Tweet Deck, asociada a X (22,1% de incidencias), muy por delante de Crowd Tangle (propiedad de Meta, 5,2%) y Telemetr (de Telegram, 1,8%).

Por lo general, entre los periodistas españoles, el nivel de conocimiento de las herramientas de verificación es más elevado que el de uso, llegando en algunos casos a duplicarse los registros (tabla 3); aun así, estos siguen reflejando una penetración entre reducida y minoritaria.

Tabla 3: Herramientas de Verificación.

	Herramienta usada de forma habitual (%)	Herramienta conocida (%)	Tasa de variación usada/conocida (%)
Archive.org	15,6	20,9	34,0
Archive.today	3,4	8,6	152,9
Crowd Tangle	5,2	9,8	88,5
Fact Checking Explorer	7,7	16,3	111,7
Fotoforensics	3,7	6,4	73,0
Google Maps	64,4	71,8	11,5
Hemeroteca digital	69,0	70,2	1,7
Invid	2,1	6,4	204,8
Search by Image	18,1	23,6	30,4
Telemetr	1,8	3,7	105,6
Tin Eye	4,6	9,5	106,5
Tweet Deck	22,1	35,0	58,4
Otras plataformas de imagen vía satélite	6,4	8,3	29,7

Fuente: elaboración propia.

La cifra de profesionales que no utiliza nunca aplicaciones para la verificación se sitúa en el 12,9%, mientras que un 16,3% reconoce no estar familiarizado con ninguna de ellas.

Al aplicar aquí la prueba de chi-cuadrado en relación con las variables independientes, se obtiene que existe una relación significativa entre el sexo de los encuestados y la ausencia de utilización de herramientas de contraste de datos [χ^2 (1, N=326) = 4,339, p=0,028], siendo esta mayor entre hombres que entre mujeres. También se registra una relación significativa entre algunas herramientas usadas y la antigüedad en el ejercicio de la profesión: así, los periodistas con más de 15 años de experiencia presentan porcentajes de utilización menores de los previstos en los casos de Archive.org [χ^2 (7, N=326) = 35,175, p<0,000], Google Maps [χ^2 (7, N=326) = 16,453, p=0,021] y Tweet Deck [χ^2 (7, N=326) = 34,209, p<0,000]. Se trata de las tres aplicaciones más populares en sus respectivas categorías: rastreo de páginas webs, geolocalización y organización de contenidos publicados en redes.

De acuerdo con las respuestas al cuestionario, lo más habitual es que los periodistas utilicen un número reducido de herramientas para la verificación: una sola, el 31,0% de los encuestados; dos, el 32,2%; tres, el 18,4%; y cuatro, el 9,2%. Apenas uno de cada diez suele emplear cinco o más recursos en su trabajo diario. Sometido este campo a una regresión lineal múltiple junto con las variables independientes del estudio (tabla 4), el resultado es que los años de experiencia influyen aquí de modo significativo (p = 0,036): cuanto menor es la antigüedad en la profesión, más herramientas se usan.

Tabla 4: Coeficientes de Regresión para la Variable “Número de Herramientas Usadas”.

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes no estandarizados	
	B	Error estándar	Beta	Significación
(Constante)	3,362	0,466		0,000
Edad	-0,182	0,123	-0,142	0,138
Nivel formativo	0,038	0,078	0,027	0,622
Años de experiencia	-0,160	0,076	-0,200	0,036
Tipo de empresa	0,096	0,052	0,097	0,066

Fuente: elaboración propia.

Entre los periodistas entrevistados, el cómputo de aplicaciones conocidas es un poco más elevado que el de utilizadas. Al aplicar en este caso la regresión, se obtiene una asociación significativa en cuanto al tipo de empresa (p = 0,035), destacando en este sentido las plataformas de *fact-checking*.

Tabla 5: Coeficientes de Regresión para la Variable “Número de Herramientas Conocidas”.

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes no estandarizados	
	B	Error estándar	Beta	Significación
(Constante)	3,626	0,769		0,000
Edad	-0,363	0,202	-0,172	0,074
Nivel formativo	0,208	0,128	0,089	0,107
Años de experiencia	-0,178	0,125	-0,135	0,155
Tipo de empresa	0,182	0,086	0,111	0,035

Fuente: elaboración propia.

3.4. Capacitación y Formación para las Labores de Verificación

La percepción que los propios periodistas tienen de su nivel de preparación para afrontar las labores de verificación es, cuando menos, benevolente: así, en una escala del 1 al 5, en la que 1 es “nada capacitado” y 5 “muy capacitado”, un 41,4% escoge la opción 3 (“medianamente capacitado”), y el 36,8% la 4 (“bastante capacitado”). Solo un 1,2% considera que carece por completo de las competencias necesarias para contrastar datos, mientras que el 8,6% asegura estar muy preparado para ello.

La mayor parte de los periodistas entrevistados (69,3%) no ha recibido ningún tipo de formación específica relacionada con la verificación de datos. En los casos en que sí lo ha hecho, las vías y modalidades han sido diversas (gráfico 3).

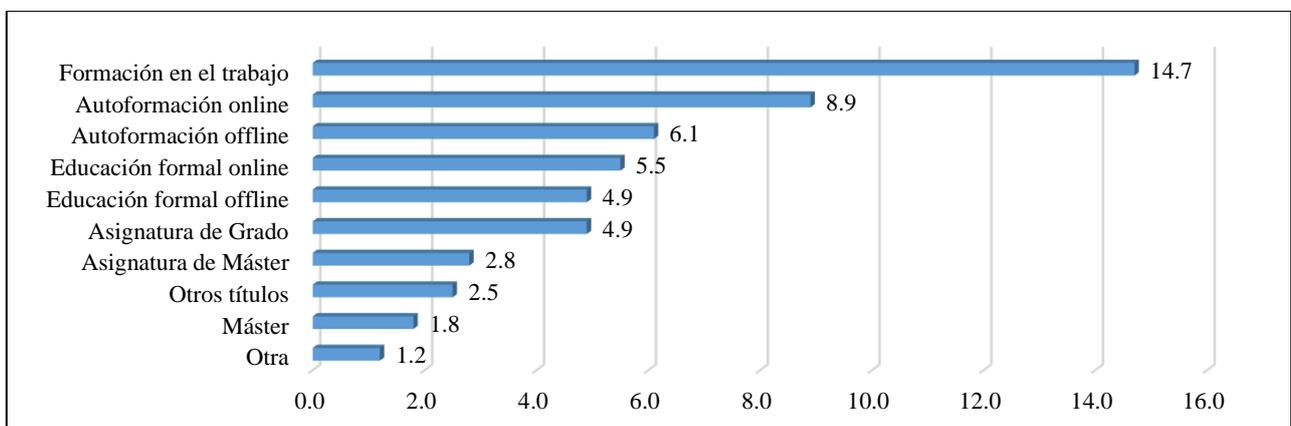


Gráfico 3: Formación Recibida Sobre Verificación (Porcentaje de Menciones)*.

* En porcentaje de menciones sobre el total de la muestra. Fuente: elaboración propia.

Más allá del bagaje del que dispongan, lo cierto es que el 92% de los encuestados considera que necesitaría reciclarse en este terreno. Y una proporción similar (84,7%) defiende que debería ser el medio en el que trabajan el que se responsabilizara de organizar las actividades formativas. También proponen que se ocupen de ellas las universidades (46,3%), los propios profesionales, que acometerían la tarea de forma autodidacta (45,7%); los colegios y las asociaciones de periodistas (44,8% de menciones) y, en menor medida, las instituciones públicas (17,2% de casos).

Las herramientas más demandadas en el marco de esas actividades formativas son las que tienen que ver directamente con el *fact-checking*, como Fact Checking Explorer (22,4% de los encuestados), Fotoforensics (13,5%) e Invid (12,6%); y las que permiten la búsqueda de páginas webs que ya no están disponibles, Archive.org (20,9%) y Archive.today (17,5%). Un 26,7% de la muestra no reclama aplicaciones concretas y preferiría un adiestramiento genérico.

Finalmente, al margen de las actividades de formación y reciclaje, los entrevistados también sugieren algunas actuaciones que las empresas de comunicación podrían emprender para mejorar las labores de verificación, como aliarse con servicios de *fact-checking* ya existentes (40,8% de menciones), establecer sinergias con otros medios (26,4%), contribuir al desarrollo de plataformas destinadas a contrastar las noticias (30,4%), mejorar las herramientas de búsqueda (39,3%) e, incluso, crear departamentos específicos encargados del chequeo de datos (46,3%).

4. Conclusiones

La presente investigación tenía un carácter eminentemente exploratorio, dado que las rutinas vinculadas a la verificación están sometidas a un severo proceso de transformación en la actualidad, fruto del auge de las *fake news*.

Los resultados, en primera instancia, demuestran que el contraste de informaciones constituye una labor a la que los periodistas dedican cada vez más tiempo y esfuerzo. Sin embargo, esta constatación general requiere matizaciones. Atendiendo al modo en que se practica la verificación de datos (O1), se advierte que su ejecución no es uniforme, y que se da de forma más habitual en determinados tipos de medios —prensa escrita, plataformas de *fact-checking*— y en empresas de tamaño medio y grande, donde la división del trabajo es más acusada, y los perfiles profesionales, más variados. Su práctica cotidiana colisiona, además, con la carga de trabajo que tienen que soportar los redactores, que impide que se dedique a la tarea el tiempo que esta requeriría, como ya detectaban **Herrero-Diz et al.** (2022). Podría decirse que las rutinas vigentes obstaculizan en no pocos casos las labores de verificación.

Después se dan condicionantes adicionales, como la dificultad que plantean ciertas áreas informativas, entre las que destacan Política y Economía, particularmente susceptibles de vehicular contenidos interesados o partidistas; y la escasa propensión de los periodistas españoles a compartir con otros compañeros la labor de verificación, asumida habitualmente en solitario, al contrario de lo registrado por **Weikmann and Lecheler** (2023) en otros ámbitos geográficos.

Con respecto a las fuentes empleadas para el chequeo de datos (O2), las de carácter oficial y las académicas son las más frecuentes; también las que gozan, como es lógico, de mayor crédito entre los periodistas, por oposición a las fuentes políticas y empresariales. Y existe una desconfianza generalizada hacia las redes sociales, percibidas de forma mayoritaria como vehículo de difusión de *fake news*.

El uso de herramientas digitales de verificación (O3) es habitual entre los periodistas españoles, si bien el repertorio de webs o apps que utilizan es aún limitado. Las más populares tienen que ver con la geolocalización (Google Maps) y con la búsqueda de materiales ya publicados (hemeroteca digital), en línea con lo apuntado por **Graves** (2016) y **Brandtzaeg et al.** (2016). Frente a ello, la penetración de aplicaciones más específicas resulta escasa, no alcanzándose en el caso de las plataformas destinadas expresamente al *fact-checking* (Fact Checking Explorer, Fotoforensics, Invid) ni siquiera un 10% de incidencias, y superándose por poco el 15% si se atiende a los motores de búsqueda de materiales online o imágenes (Archive.org, Search by Image). Son tasas a todas luces reducidas, que unidas al elevado nivel de desconocimiento evidenciado por los periodistas españoles, apuntan a una implantación todavía deficitaria de las herramientas digitales de verificación, como en su momento detectaron **Montemayor Rodríguez and García Jiménez** (2021). Los años de experiencia juegan aquí en contra de los profesionales, pues cuanto más veteranos son, menos familiarizados están con las apps. Y, como era de esperar, son los redactores adscritos a plataformas de verificación los que más herramientas utilizan de manera regular.

Finalmente, se detectan notables lagunas en la formación de los periodistas por lo que a los procedimientos de verificación se refiere (O4). De hecho, la mayoría (70%) no ha realizado actividades orientadas a la capacitación para el contraste de datos, y cuando sí han dispuesto de ellas, estas han sido organizadas generalmente por los propios medios, que parecen haber asumido la responsabilidad en este terreno, algo ya apuntado por **Himma-Kadakas and Ojamets** (2022).

La escasez de adiestramiento específico no impide que la percepción que los encuestados tienen de su propia capacidad para afrontar la labor de verificación sea más bien generosa, ya que el 80% se considera suficientemente preparado para ello. Aun así, la práctica totalidad de los periodistas desearía participar en más acciones formativas: ello supone, a nuestro entender, un reconocimiento implícito de las carencias que arrastran en este terreno.

Más allá del interés que pudieran revestir las constataciones recogidas en este trabajo, no se nos oculta que encierran limitaciones. La muestra ha permitido extraer conclusiones bien fundamentadas desde el punto de vista cuantitativo, pero las pruebas de estadística inferencial no siempre han resultado satisfactorias, reduciendo en cierta medida el alcance de los resultados. Así, ha habido ocasiones —es cierto que poco numerosas— en que la prueba de chi-cuadrado apuntaba a una relación significativa entre variables (por ejemplo, en cuanto al tiempo de verificación o al tipo de herramientas utilizadas), pero el insuficiente número de casos registrados en algunas categorías impedía dar por bueno el valor *p* resultante. Del mismo modo, al no partir de una muestra representativa por comunidades autónomas, no ha sido posible discriminar los resultados desde el punto de vista geográfico, como pretendíamos en un principio, lo que quizá habría arrojado constataciones de interés. Una muestra de entrevistados más amplia podría haber corregido ambos déficits.

De cara a futuros estudios, sería interesante reforzar la representatividad muestral de algunos medios —en especial, las plataformas de *fact-checking*—, para poder profundizar en las previsible singularidades de las rutinas de verificación de sus redactores. Y puesto que lo que abordamos es una práctica profesional en continuo proceso de transformación, creemos que convendría analizarla de manera regular, con una cadencia de pocos años entre unas investigaciones y otras.

Las labores de verificación están cobrando cada vez mayor protagonismo entre las rutinas de los periodistas, debido al incremento de las fuentes digitales y no profesionales y al auge de la desinformación. Sin embargo, la impresión general que se deriva de nuestro estudio es que, salvo excepciones, no es una actividad que los redactores encuadrados en los medios españoles ejerzan en las mejores condiciones, ni a tenor del tiempo que le dedican, ni atendiendo a las herramientas que conocen y utilizan, ni por lo que respecta a su adiestramiento para la tarea. Solo una mejora significativa de estos tres parámetros convertiría definitivamente la verificación de datos en una labor rigurosa, profesionalizada y eficaz.

Referencias

- Adair, Bill** (2019). "El 'fact checking' es lo más importante del periodismo en la era digital." *El Mundo*. <https://lc.cx/rmbcfk>
- Ardèvol-Abreu, Alberto; Gil de Zúñiga, Homero** (2017). "Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, v. 94, n. 3, pp. 703-724. <https://doi.org/10.1177/1077699016654684>
- Baptista, João Pedro; Gradim, Anabela** (2022). "A Working Definition of Fake News". *Encyclopedia*, v. 2, n. 1, pp. 632-645. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010043>
- Batailler, Cédric; Brannon, Skylar M.; Teas, Paul E.; Gawronski, Bertram** (2022). "A Signal Detection Approach to Understanding the Identification of Fake News". *Perspectives on Psychological Science*, v. 17, n. 1, pp. 78-98. <https://doi.org/10.1177/1745691620986135>
- Blanco-Herrero, David; Arcila-Calderón, Carlos** (2019). "Deontología y noticias falsas: estudio de las percepciones de periodistas españoles". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 28, n. 3, pp. e280308. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.08>
- Blanco, Celia** (2011). *Encuesta y estadística. Métodos de investigación cuantitativa en ciencias sociales y comunicación*. Córdoba: Bruja. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1319>
- Brandtzaeg, Petter Bae; Lüders, Marika; Spangenberg, Jochen; Rath-Wiggins, Linda; Følstad, Asbjørn** (2016). "Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media". *Journalism Practice*, v. 10, n. 3, pp. 323-342. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1020331>
- Brennen, Scott; Simon, Felix; Howard, Philip; Nielsen, Rasmus-Kleis** (2020). *Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation*. Reuters Institute. <https://doi.org/10.60625/risj-awvq-sr55>
- Brookes, Stephanie; Waller, Lisa** (2023). "Communities of practice in the production and resourcing of fact-checking". *Journalism*, v. 24, n. 9, pp. 1938-1958. <https://doi.org/10.1177/14648849221078465>
- Carpenter, Serena** (2009). "An application of the theory of expertise: Teaching broad and skill knowledge areas to prepare journalists for change". *Journalism & Mass Communication Educator*, v. 64, n. 3, pp. 287-304. <https://doi.org/10.1177/107769580906400305>
- Cazalens, Sylvie; Lamarre, Philippe; Leblay, Julien; Manolescu, Ioana; Tannier, Xavier** (2018). "A Content Management Perspective on Fact-Checking." In: *Companion Proceedings of the The Web Conference 2018*. pp. 565-574. ACM. <https://doi.org/10.1145/3184558.3188727>
- Ceron, Andrea; Carrara, Paride** (2023). "Fact-checking, reputation, and political falsehoods in Italy and the United States". *New Media & Society*, v. 25, n. 3, pp. 540-558. <https://doi.org/10.1177/14614448211012377>

- Chung, Myojung; Kim, Nuri** (2021). "When I Learn the News is False: How Fact-Checking Information Stems the Spread of Fake News Via Third-Person Perception". *Human Communication Research*, v. 47, n. 1, pp. 1-24. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaa010>
- Fridkin, Kim; Kenney, Patrick J.; Wintersieck, Amanda** (2015). "Liar, Liar, Pants on Fire: How Fact-Checking Influences Citizens' Reactions to Negative Advertising". *Political Communication*, v. 32, n. 1, pp. 127-151. <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.914613>
- García-Marín, David** (2021). "Las fake news y los periodistas de la generación z. Soluciones post-millennial contra la desinformación". *Vivat Academia*, n. 154, pp. 37-63. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324>
- García-Marín, David; Rubio-Jordán, Ana Virginia; Salvat-Martinrey, Guiomar** (2023). "Chequeando al fact-checker. Prácticas de verificación política y sesgos partidistas en Newtral (España)". *Revista de Comunicación*, v. 22, n. 2, pp. 207-223. <https://doi.org/10.26441/rc22.2-2023-3184>
- García-Marín, David; Salvat-Martinrey, Guiomar** (2022). "Tendencias en la producción científica sobre desinformación en España. Revisión sistematizada de la literatura (2016-2021)". *adComunica*, n. 23, pp. 23-50. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6045>
- Ginsberg, Lisa; Gori, Paula** (2021). *Report on a survey for fact checkers on COVID-19 vaccines and disinformation*. European Digital Media Observatory. <https://lc.cx/qt972m>
- Graves, Lucas** (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-checking in American Journalism*. Nueva York: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/grav17506>
- Graves, Lucas** (2017). "Anatomy of a Fact Check: Objective Practice and the Contested Epistemology of Fact Checking". *Communication, Culture and Critique*, v. 10, n. 3, pp. 518-537. <https://doi.org/10.1111/cccr.12163>
- Graves, Lucas; Cherubini, Federica** (2016). "The rise of factchecking sites in Europe." Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://lc.cx/cGeZJG>
- Halpern, Daniel; Valenzuela, Sebastián; Katz, James; Miranda, Juan Pablo** (2019). "From Belief in Conspiracy Theories to Trust in Others: Which Factors Influence Exposure, Believing and Sharing Fake News." In: *Social Computing and Social Media. Design, Human Behavior and Analytics*. Meiselwitz, Gabriele (Ed.), pp. 217-232. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4_16
- Hassan, Naeemul; Arslan, Fatma; Li, Chengkai; Tremayne, Mark** (2017). "Toward automated fact-checking: Detecting check-worthy factual claims by claimbuster." In: *Proceedings of the 23rd ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining*. pp. 1803-1812. ACM. <https://doi.org/10.1145/3097983.3098131>
- Hernández-Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos; Baptista-Lucio, María-Pilar** (2003). *Metodología de la investigación*. México, DF: McGraw-Hill.
- Herrera-Cabello, Judith** (2020). "La Verificación De Noticias Y El Problema De La Inmediatez: análisis De Cobertura De Una Noticia Falsa en Medios Digitales Chilenos". *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, v. 13, n. 1, pp. 138-158. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7246>
- Herrero-de-la-Fuente, Mercedes; Saavedra-Llamas, Marta; Castillo, Eduardo** (2022). "Periodismo de datos contra desinformación. Competencias, perfiles y formación requerida en el periodismo de datos". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n. 28, pp. 827-840. <https://doi.org/10.5209/esmp.82592>
- Herrero-Diz, Paula; Pérez-Escolar, Marta; Varona Aramburu, David** (2022). "Competencias de verificación de contenidos: una propuesta para los estudios de Comunicación". *Revista de Comunicación*, v. 21, n. 1, pp. 231-249. <https://doi.org/10.26441/rc21.1-2022-a12>
- Herrero, Esperanza; Herrera-Damas, Susana** (2021a). "El fact-checker en español alrededor del mundo: Perfil, similitudes y diferencias entre verificadores hispanohablantes". *Revista de Comunicación de la SEECI*, n. 54, pp. 49-77. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e725>
- Herrero, Esperanza; Herrera-Damas, Susana** (2021b). "El fact-checking hispanohablante: competencias, dificultades y propuestas de mejora desde la perspectiva de sus profesionales". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 30, n. 6, pp. e300612. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.12>
- 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>
- Hollowood, Ella; Mostrous, Alexi** (2020). *Fake news in the time of C-19*. Tortoise. <https://lc.cx/FfCnLX>
- Jiang, Shan; Wilson, Christo** (2018). "Linguistic Signals under Misinformation and Fact-Checking: Evidence from User Comments on Social Media". *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, v. 2, n. CSCW, pp. 1-23. <https://doi.org/10.1145/3274351>

- Kappes, Andreas; Harvey, Ann; Lohrenz, Terry; Montague, Read; Sharot, Tali** (2020). "Confirmation Bias in the Utilization of Others' Opinion Strength". *Nature Neuroscience*, v. 23, pp. 130-137. <https://doi.org/10.1038/s41593-019-0549-2>
- Kleis Nielsen, Rasmus; Ganter, Sarah Anne** (2018). "Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms". *New Media & Society*, v. 20, n. 4, pp. 1600-1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>
- Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom** (2021). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Nueva York: Crown Publishers. <https://www.publishersweekly.com/9780609607831>
- Lecheler, Sophie; Kruikemeier, Sanne; De-Haan, Yael** (2019). "The Use and Verification of Online Sources in the News Production Process." In: *Journalism and Truth in an Age of Social Media*. Katz, James; Mays, Kate (Eds.), pp. 167-181. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190900250.003.0012>
- Lee, Jiyoung; Kim, Ji Won; Yun Lee, Hee** (2023). "Unlocking Conspiracy Belief Systems: How Fact-Checking Label on Twitter Counters Conspiratorial MMR Vaccine Misinformation". *Health Communication*, v. 38, n. 9, pp. 1780-1792. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2031452>
- León-Valle, Wilson-Benjamín; Vélez-Bermello, Gabriela-Lourdes** (2021). "Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo". *Chasqui-Revista Latinoamericana de Comunicación*, n. 148, pp. 295-312. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i148.4455>
- López-García, Xosé; Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel; Álvarez-Gromaz, Lucía** (2016). "El fact-checking como reclamo y como servicio en los cibermedios. Análisis de las experiencias de The Washington Post y The Guardian". *Telos*, n. 103, pp. 74-83. <https://lc.cx/YcV3Ze>
- López-Martín, Álvaro; Gómez-Calderón, Bernardo; Córdoba-Cabús, Alba** (2021). "Desinformación y verificación de datos. El caso de los bulos sobre la vacunación contra la Covid-19 en España". *RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, n. E45, pp. 431-443. https://www.uma.es/media/files/Art%C3%ADculo_RISTI_E45_431-443.pdf
- López-Martín, Álvaro; Gómez-Calderón, Bernardo; Córdoba-Cabús, Alba** (2023). "La desinformación, en auge: un análisis de los bulos sobre política española". *Visual Review. International Visual Culture Review*, n. 10, pp. 1-12. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4596>
- Lotero-Echeverri, Gabriel; Romero-Rodríguez, Luis-Miguel; Pérez-Rodríguez, Amor** (2018). "Fact-checking vs. fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación". *Index.comunicación*, v. 8, n. 2, pp. 295-316. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/370>
- Magallon-Rosa, Raul** (2018). "Nuevos formatos de verificación. El caso de Maldito Bulo en Twitter". *Sphera Publica*, v. 1, n. 18, pp. 41-65. <http://hdl.handle.net/10760/33307>
- Marta-Lazo, Carmen; Rodríguez, Jorge Miguel Rodríguez; Peñalva, Sheila** (2020). "Competencias Digitales En Periodismo. Revisión sistemática De La Literatura científica Sobre Nuevos Perfiles Profesionales Del Periodista". *Revista Latina De Comunicación Social*, n. 75, pp. 53-68. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416>
- Martínez-García, Luisa; Bosch, Celina Navarro** (2019). "Características de los periodistas online españoles: consolidación de una profesión en un contexto de crisis económica". *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 74, pp. 1014-1030. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1369>
- Montemayor Rodríguez, Nancy; García Jiménez, Antonio** (2021). "Percepción de los periodistas sobre la desinformación y las rutinas profesionales en la era digital". *Revista General de Información y Documentación*, v. 31, n. 2, pp. 601-619. <https://doi.org/10.5209/rgid.79460>
- Moreno-Gil, Victoria; Chaparro Domínguez, María Ángeles; Pérez-Pereiro, Marta** (2023). "Future journalists' fight against disinformation: analysis of university training offers and challenges in the Spanish context". *Communication & Society*, v. 36, n. 2, pp. 171-185. <https://doi.org/10.15581/003.36.2.171-185>
- Moreno Gil, Victoria; Ramon Vegas, Xavier; Rodríguez Martínez, Ruth** (2021). "Fact-checking interventions as counteroffensives to disinformation growth: Standards, values, and practices in Latin America and Spain". *Media and Communication*, v. 9, n. 1, pp. 251-263. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3443>
- Örnebring, Henrik; Mellado, Claudia** (2018). "Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations". *Journalism*, v. 19, n. 4, pp. 445-463. <https://doi.org/10.1177/1464884916657514>
- Palau-Sampio, Dolors** (2018). "Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America". *Communication & Society*, v. 31, n. 3, pp. 347-365. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-363>
- Pérez-Curiel, Concha; Velasco-Molpeceres, Ana María** (2020). "Tendencia y narrativas de fact-checking en Twitter. Códigos de verificación y fake news en los disturbios del Procés (14-O)". *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n. 20, pp. 95-122. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>

- Portugal, Rigliana; Aguaded, Ignacio** (2020). "Competencias mediáticas y digitales, frente a la desinformación e intoxicación". *Razón y Palabra*, v. 24, n. 108. <https://doi.org/10.26807/rp.v24i108.1658>
- Raponi, Simone; Khalifa, Zeinab; Oligeri, Gabriele; Di Pietro, Roberto** (2022). "Fake News Propagation: A Review of Epidemic Models, Datasets, and Insights". *ACM Transactions on the Web (TWEB)*, v. 16, n. 3, pp. 1-34. <https://doi.org/10.1145/3522756>
- Rodríguez-Hidalgo, Claudia; Herrero, Javier; Aguaded-Gómez, Ignacio** (2021). "Journalistic verification against lies in the electoral processes of Ecuador and Spain". *Universitas*, n. 34, pp. 39-60. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.02>
- Román-San-Miguel, Aránzazu; Valenzuela, Nuria Sánchez-Gey; Zambrano, Rodrigo Elías** (2022). "Los Profesionales De La información Y Las Fake News Durante La Pandemia Del Covid-19". *Vivat Academia*, n. 155, pp. 131-149. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1312>
- Rosemberg, Howard; Feldman, Charles** (2008). *No time to think: The menace of media speed and the 24-hour cycle*. Nueva York: Continuum. <https://www.bloomsbury.com/us/no-time-to-think-9780826429315>
- Rúas-Araújo, José; Pérez-Curiel, Concha; López-López, Paulo Carlos** (2020). "New Challenges and Threats for Journalism in the Post-truth Era: Fact-checking and the Fake News Combat." In: *Information Visualization in the Era of Innovative Journalism*. Toural-Bran, Carlos; Vizoso, Ángel; Pérez-Seijo, Sara; Rodríguez-Castro, Marta; Negreira-Rey, María-Cruz (Eds.), pp. 154-160. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367809638-11>
- Sánchez-Gey Valenzuela, Nuria; Román-San-Miguel, Aranzazu; Elías Zambrano, Rodrigo** (2021). "Fake news sobre remedios falsos contra el COVID-19 durante el estado de alarma. Análisis de los principales periódicos españoles durante la pandemia." In: *Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030*. Mancinas Chávez, Rosalba (Ed.), pp. 745-. Sevilla: Egregius. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8461321>
- Sánchez Gonzales, Hada** (2022). "Transformación digital y audiencia. Tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, n. 56, pp. 9-20. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i56.01>
- Sautu, Ruth; Boniolo, Paula; Dalle, Pablo; Elbert, Rodolfo** (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO Editorial. <https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/metodo/metodo.html>
- Schapals, Aljoshia Karim; Harb, Zahera** (2022). "Everything Has Changed, and Nothing Has Changed in Journalism": Revisiting Journalistic Sourcing Practices and Verification Techniques during the 2011 Egyptian Revolution and Beyond". *Digital Journalism*, v. 10, n. 7, pp. 1219-1237. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1856702>
- Shu, Kai; Bhattacharjee, Amrita; Alatawi, Faisal; Nazer, Tahora H.; Ding, Kaize; Karami, Mansoor; Liu, Huan** (2020). "Combating disinformation in a social media age". *WIRES Data Mining and Knowledge Discovery*, v. 10, n. 6, pp. e1385. <https://doi.org/10.1002/widm.1385>
- Tandoc, Edson; Thomas, Ryan; Bishop, Lauren** (2021). "What is (fake) news? Analyzing news values (and more) in fake stories". *Media and Communication*, v. 9, n. 1, pp. 110-119. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3331>
- Thomson, T. J.; Angus, Daniel; Dootson, Paula; Hurcombe, Edward; Smith, Adam** (2022). "Visual Mis/disinformation in Journalism and Public Communications: Current Verification Practices, Challenges, and Future Opportunities". *Journalism Practice*, v. 16, n. 5, pp. 938-962. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1832139>
- Tuñón, Jorge; Sánchez, Rocío** (2022). "Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas?". *AdComunica*, n. 23, pp. 75-95. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6347>
- Vázquez-Herrero, Jorge; Vizoso, Ángel; López-García, Xosé** (2019). "Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 28, n. 3, pp. e280301. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vinhas, Otávio; Bastos, Marco** (2022). "Fact-Checking Misinformation: Eight Notes on Consensus Reality". *Journalism Studies*, v. 23, n. 4, pp. 448-468. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2031259>
- Vizoso, Ángel; Vázquez-Herrero, Jorge** (2019). "Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método". *Communication & Society*, v. 32, n. 1, pp. 127-144. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.127-144>
- Weikmann, Teresa; Lecheler, Sophie** (2023). "Cutting through the Hype: Understanding the Implications of Deepfakes for the Fact-Checking Actor-Network". *Digital Journalism*, pp. 1-18. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2194665>
- Xu, Nairui; Gutsche Jr, Robert E.** (2021). "'Going Offline': Social Media, Source Verification, and Chinese Investigative Journalism During 'Information Overload'". *Journalism Practice*, v. 15, n. 8, pp. 1146-1162. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1776142>

Zhang, Jingwen; Featherstone, Jieyu Ding; Calabrese, Christopher; Wojcieszak, Magdalena (2021). "Effects of fact-checking social media vaccine misinformation on attitudes toward vaccines". *Preventive Medicine*, v. 145, pp. 106408. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106408>

Zhang, Xinzhi; Li, Wenshu (2020). "From Social Media with News: Journalists' Social Media Use for Sourcing and Verification". *Journalism Practice*, v. 14, n. 10, pp. 1193-1210. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1689372>

Titulares

“La mayoría de los autores sostienen que para la verificación de informaciones los redactores deben combinar la capacitación tecnológica con las aptitudes clásicas del periodismo”

“Los periodistas encuadrados en medios de más de 25 trabajadores son los que dedican más tiempo a la verificación de datos”

“La necesidad de verificar la información colisiona con ciertas dificultades que condicionan la tarea, como la carga de trabajo que ya soportan los redactores”

“Las fuentes de naturaleza académica (78,8% de menciones) y gubernamental (60,7%) y las vinculadas a las fuerzas de seguridad del Estado (45,7%) son las que generan mayor confianza entre los periodistas a la hora de verificar”

“La implantación de la verificación de datos se encuentra más extendida en periódicos y plataformas de *fact-checking* y en empresas de gran tamaño”

“El uso de herramientas digitales de verificación es habitual entre los periodistas españoles, si bien el repertorio de webs o apps que utilizan es todavía limitado”

“El 80% de los periodistas se considera suficientemente preparado para la verificación de datos. Aun así, el 92% reclama más acciones formativas”

“La impresión general es que, salvo excepciones, la verificación de datos no es una tarea que los periodistas encuadrados en los medios españoles ejerzan en las mejores condiciones”