


INVESTIGACIÓN

Recibido: 31/03/2021 --- Aceptado: 21/07/2021 --- Publicado: 19/01/2022

COMBATIR LAS NOTICIAS FALSAS. EL PERFIL PROFESIONAL DEL VERIFICADOR DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA

Fight fake news. The professional profile of the information verifier in Spain

 **María José Ufarte Ruiz:** Universidad de Castilla-La Mancha. España.
MaríaJose.Ufarte@uclm.es

 **Luis Mauricio Calvo Rubio¹:** Universidad de Castilla-La Mancha. España.
LuisMauricio.Calvo@uclm.es

 **Francisco José Murcia Verdú:** Universidad de Castilla-La Mancha. España.
Francisco-Murcia@uclm.es

Este artículo forma parte del proyecto de investigación Indicadores de rentabilidad social en los medios de comunicación para el desarrollo regional, impulsado por el Grupo de Investigación en Sociología de la Comunicación (GISOCOM) con el apoyo económico de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Como citar el artículo:

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M. y Murcia Verdú, F. J. (2022). Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 265-295.
<http://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1365>

RESUMEN

El auge que han experimentado las noticias falsas (*fake news*, según la terminología inglesa) en los últimos años ha generado nuevos perfiles profesionales, como los verificadores de datos o *fact checkers*, que buscan soluciones a un problema que afecta a la credibilidad de los medios de comunicación. El objetivo de este estudio es conocer este nuevo perfil profesional, analizar las competencias y habilidades más demandadas para desempeñar estas funciones y reflexionar sobre si esta especialidad supone una nueva salida profesional para el mercado laboral. Para alcanzar este propósito se estudian los proyectos independientes de verificación de datos españoles Maldita.es, Newtral Media Audiovisual y Verificat a través de diferentes técnicas cualitativas, como las entrevistas semiestructuradas en profundidad a sus

¹ Este autor recibe financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) convocatoria 2020/3771.

cofundadores o responsables y el análisis de contenido web y de redes sociales. Se trata de una combinación de técnicas que ha permitido extraer conclusiones y aportar ejemplos de interés a la investigación. Los datos muestran que existe una hibridación de perfiles y una transversalidad de conocimientos, aptitudes y actitudes en torno a los verificadores de la información en España, que poseen competencias sobre las tecnologías actuales, la visualización y la gestión de bases de datos.

Palabras clave: *fact-checking*; noticias falsas; verificadores de la información; *fact checkers* ; perfiles profesionales

ABSTRACT

The boom experienced by fake news in recent years has generated new professional profiles, such as fact checkers, who seek solutions to a problem that affects the credibility of the media. The objective of this study is to find out about this new professional profile, analyze the skills and abilities most in demand to perform these functions and reflect on whether this specialty represents a new professional outlet for the labor market. To achieve this purpose, the independent Spanish data verification projects Maldita.es, Newtral Media Audiovisual and Verificat are studied through different qualitative techniques, such as in-depth semi-structured interviews with their co-founders or managers and the analysis of web content and social media. It is a combination of techniques that has made it possible to draw conclusions and provide examples of interest to the research. The data show that there is a hybridization of profiles and a cross-section of knowledge, skills and attitudes around information verifiers in Spain, who have competencies on current technologies, visualization and database management.

Keywords: fact-checking; fake news; fact checkers; information checkers; fact checkers; professional profiles.

O COMBATE CONTRA AS NOTÍCIAS FALSAS. O PERFIL DO PROFISSIONAL VERIFICADOR DE INFORMAÇÃO NA ESPANHA

RESUMO

O auge que tem evidenciado as notícias falsas(fake news, segundo a terminologia em inglês) nos últimos anos tem gerado novos perfis de profissionais, como os verificadores de dados ou fast checkers, que procuram soluções a um problema que afeta a credibilidade dos meios de comunicação. O objetivo deste estudo é conhecer este novo perfil profissional, analisar as competências e habilidades mais demandadas para desempenhar estas funções e refletir sobre se a mesma especialidade supõe uma nova alternativa profissional para o mercado de trabalho. Para atingir estes objetivos se estudam os projetos independentes de verificação de dados espanhóis Maldita.es, Newtral Media Audiovisual, e verificar através de

diferentes técnicas cualitativas, como os questionários semiestrutturados em profundidade aos seus cofundadores ou responsáveis e a análise de conteúdo web e de redes sociais. Trata-se de uma combinação de técnicas que permitiu tirar conclusões e gerar exemplos de interesse para a pesquisa. Os dados mostram que existe uma hibridação de perfis e uma transversalidade de conhecimentos, aptidões e atitudes em torno aos verificadores da informação na Espanha, que possuem competências sobre as tecnologias atuais, a visualização e gestão de bases de dados.

Palavras chave: *fact-checking*; notícias falsas; verificadores da informação; *fact checker*; perfis profissionais.

1. INTRODUCCIÓN

Los proyectos periodísticos destinados a la verificación de datos se han multiplicado en los últimos años a nivel mundial (Palau-Sampio, 2015; Stencel, 2016), a pesar de que el origen de comprobar y confirmar hechos como práctica institucionalizada se remonta a 1913, cuando el diario *New York World* fundó el Bureau of Accuracy and Fair Play, un organismo dedicado a corregir descuidos y erradicar a los farsantes (Ayuso y Bauzá, 2018; Herrero *et al.*, 2020).

Muchos medios de comunicación y plataformas independientes han puesto en marcha secciones, grupos de trabajo o espacios dirigidos a la verificación de informaciones publicadas por otros medios, difundidas a través de las redes sociales o proclamadas por los principales líderes políticos (Cherubini y Graves, 2016). El objetivo es contribuir de forma más eficaz a la exigencia de responsabilidad de los representantes públicos y a la mejor información de los ciudadanos, un punto clave para fortalecer la democracia (Gueham, 2017). El periodismo debe buscar información veraz, elaborar piezas de interés público, reconstruir y representar lo que ocurre en la sociedad y vigilar los poderes, lo que implica ser fiel a los elementos que han definido a la profesión a lo largo del tiempo (Kovach y Rosenstiel, 2003).

El censo de proyectos de verificación de la información elaborado por el Reporters' Lab de la Duke University (Duke Reporter's Lab, 2020) cuantifica hasta el 28 de febrero de 2021 un total de 306 iniciativas de *fact-checking* en 84 países. Son 16 iniciativas más que en diciembre de 2020, cuando la institución contabilizó 290 páginas web y organizaciones dedicadas a estas funciones (Gráfico 1), y más del doble que las contabilizadas en 2015 (Adair y Thakore, 2015).

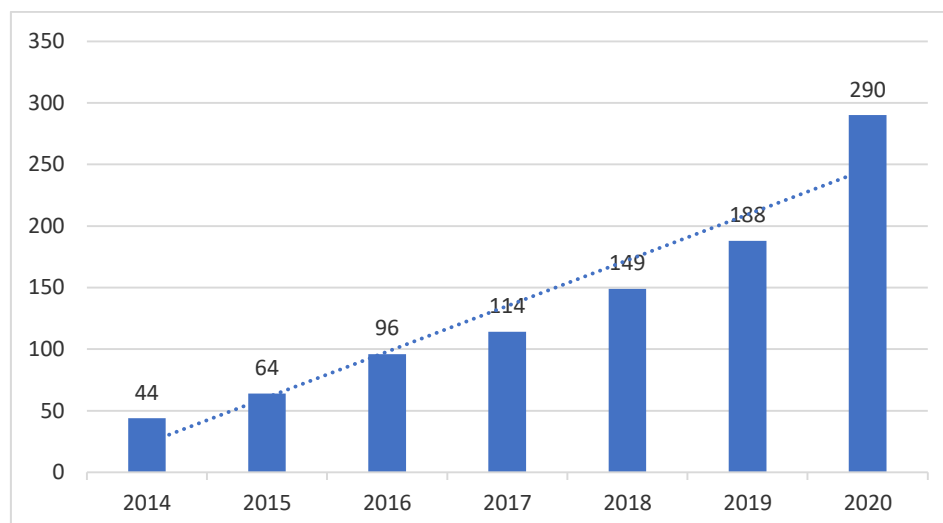


Figura 1: Número de proyectos de verificación de datos a nivel mundial
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Duke Reporter's Lab

Atendiendo al origen geográfico, Estados Unidos, con 58 iniciativas, es el país con mayor número de plataformas, aunque también se identifican casos en el resto de continentes (Vázquez, Vizoso y López, 2019). Sin embargo, el panorama de proyectos asociados a la verificación de información desafía cualquier intento de categorización (Graves, 2016).

La consolidación del *fact-checking* se encuentra estrechamente vinculada a la crisis de confianza que se ha generado en torno al periodismo (Ireton y Posetti, 2018), de manera que cada vez se hace más necesaria la comprobación de todas aquellas informaciones que se consumen en la red, verificando las afirmaciones de los protagonistas y los hechos susceptibles de ser noticia (Mantzaris, 2018). Por este motivo, Amorós-García (2018) considera que esta práctica es el instrumento más eficaz para combatir el apogeo de las informaciones falsas, concebido desde el ámbito periodístico con la única finalidad de contrarrestarlas y ofrecer al público unas historias que se ajusten a la realidad.

La verificación de la información en el ámbito periodístico ha despertado interés entre los investigadores españoles (Ufarte, Peralta y Murcia, 2018), que ya empiezan a abordar desde diferentes perspectivas el desempeño y evolución de estos profesionales que centran su atención en aquellas declaraciones e informaciones basadas en hechos verificables (Amazeen, 2015). En este sentido, existen trabajos que realizan reflexiones epistemológicas sobre el *fact-checking* (Rodríguez-Pérez, 2020), mientras que otros analizan estas funciones como una fórmula para combatir las noticias falsas y la desinformación, (Echevarría, 2016; Magallón, 2018; Lotero, Romero y Pérez, 2018); como una herramienta de combate contra el sensacionalismo (Álvarez y López, 2016); como un servicio en los cibermedios (López, Rodríguez y Álvarez, 2016) y en los medios audiovisuales de servicio público (López, Ufarte y Murcia, 2019; Ufarte, Galletero y López, 2020). También hay estudios que verifican

los debates electorales televisados de las elecciones generales de 2015 y 2016 (Mazaira, Rúas y Puentes, 2019), analizan las tendencias y narrativas del *fact-checking* en Twitter (Pérez y Velasco, 2020) y realizan comparativas entre las diferentes iniciativas europeas (García y López, 2021; Ufarte, Anzera y Murcia, 2020). En prensa, puede leerse cómo las empresas periodísticas crean herramientas para mejorar el proceso de verificación interna (Pérez-Colomé, 2019).

Otros trabajos, por el contrario, se han centrado en examinar si estos proyectos son un modelo de negocio sostenible para el periodismo, (Ufarte y Murcia, 2018; Ufarte, Sidorenko y Cantero, 2019), o bien han analizado las herramientas que se utilizan para la verificación y el contraste de la información en el ecosistema digital (López, Toural y Limia, 2018; Graves, 2018). A escala internacional también se ha constatado el mismo hecho, ya que existen numerosas investigaciones que prestan atención a este ámbito de estudio (Caeiro, 2014; Ciampaglia et.al., 2015; Hassan et. al, 2015; Nyhan y Reifler, 2014; Spivak, 2011; Uscinski y Butler, 2013 y Walter et al., 2020, entre otros).

De igual modo, la verificación de la información ha dado lugar a un nuevo perfil profesional (Ufarte, 2019), como los *fact-checkers*, que analizan, interpretan y reconstruyen la información (Renó y Flores, 2014) aprovechando la tecnología para hacer un periodismo mejor y facilitar la comprensión de las piezas publicadas (Casero y Cullell, 2013; Paniagua, Gómez y González, 2014).

Sin embargo, poco se sabe de los rasgos que definen a este nuevo profesional, ni las competencias y habilidades que se requieren para desempeñar estas labores. Esta ausencia de investigaciones resulta llamativa, sobre todo si se considera que una de las exigencias de la Reforma Universitaria del Plan Bolonia es aproximar los estudios universitarios al ejercicio profesional y que, además, diversos autores han puesto de manifiesto la brecha existente entre la formación que se imparte y las necesidades del mercado laboral (Alonso, Fernández-Rodríguez y Nyssen, 2009; Álvarez-Flores, Núñez-Gómez y Rodríguez-Crespo, 2017; Arias-Oliva, Torres-Coronas y Yáñez-Luna, 2014; Armendáriz, 2015; García-Ureta, Toral-Madariaga y Murelaga-Ibarra, 2012; Humanes y Roses, 2014; López-García, 2012; López-García, Rodríguez-Vázquez y Pereira-Fariña, 2017; Martín-del-Peso, Rabadán-Gómez y Hernández-March, 2013; Sánchez-González y Méndez-Muros, 2013, Torres-Coronas y Vidal-Blasco, 2015, Ufarte-Ruiz, Calvo-Rubio y Murcia-Verdú, 2020, entre otros). En el caso de la profesión periodística, este distanciamiento se ve acrecentado por la propia juventud de la disciplina y por la celeridad de los cambios en este ámbito, motivados en gran medida por la eclosión tecnológica y digital.

El objetivo de esta investigación es conocer el perfil del verificador de datos en España, analizar las competencias y habilidades más demandadas para desempeñar estas funciones y reflexionar sobre si esta especialidad supone una nueva salida profesional para el mercado laboral, en un momento en el que los medios de comunicación demandan cada vez menos periodistas y más otros perfiles y especialidades (APM, 2018). Sobre este nuevo perfil profesional hay varias

aproximaciones (Ufarte y Manfredi, 2019; Vizoso, López-García y Pereira-Fariña, 2018), aunque ninguna con amplio estudio de campo. Por eso, y dado el carácter descriptivo de esta investigación, el trabajo no cuenta con hipótesis de partida, sino que trata de responder a las siguientes preguntas de investigación: Q1: ¿Cómo funcionan estos equipos?; Q2: ¿Están compuestos por periodistas o los forman otros perfiles profesionales?; Q3: ¿Cuál es el mejor perfil para desarrollar estas labores?; Q4: ¿Cómo se realiza la verificación?; Q5: ¿Es la verificación de la información una nueva salida profesional para el periodismo? Esta es una cuestión importante ante la necesidad apremiante de defender modelos de periodismo basados en la excelencia y la calidad frente a la invasión de otros que dan mayor valor al tráfico que a la relevancia del contenido publicado.

1.1 Nuevos perfiles profesionales

Los cambios sociológicos en la profesión (Boczkowski, 2004) a raíz del cambio tecnológico, la práctica de la convergencia (Kolodzy, 2013) y los laboratorios como innovación en el ciberperiodismo (Salaverría, 2015) en la nueva sociedad en red definen la actual renovación de perfiles periodísticos, que contará con un previsible impulso en el futuro (López-García, Toural-Bran y Rodríguez-Vázquez, 2016) y en la que se enmarca la figura del verificador de la información.

La evolución general del perfil profesional del periodista en España ha sido analizada desde diferentes ámbitos (Andueza-López y Pérez-Arozamena, 2014; Ferreras, 2013; López-García, 2001, Mico-Sanz, Masip-Masip y García-Avilés, 2009; Meso, 2002; Micó-Sanz, 2003; Scolari *et al.*, 2008; Sánchez-Illán, 2005; Sánchez-García, Campos-Domínguez y Berrocal-Gonzalo, 2015; Ufarte, 2019; Vivar-Zurita, 2011, entre otros), que coinciden en que la esencia del periodismo actual está en la tecnología, pero también en la calidad de los contenidos, de acuerdo a lo que también proponen Masip (2016) y Deuze (2017).

El entorno laboral de las empresas, empeñadas en la renovación para competir y actualizarse en el ámbito tecnológico, ha empujado a los profesionales a incorporar con rapidez las herramientas digitales, bajo el pretexto de que facilitan el trabajo y mejoran la práctica periodística (Calvo-Rubio, 2019; García-Avilés, 2007; Westlund; 2014). Pero en el nuevo ecosistema mediático los valores del periodismo como la veracidad, la exactitud y la imparcialidad (Schudson, 2003), así como su función social y de servicio (Kunelius, 2007), deben seguir vivos, a pesar de que los sistemas de producción hayan cambiado.

De ahí que López-García, Rodríguez-Vázquez y Pereira-Fariña (2017) sostengan que los perfiles profesionales que perciben los periodistas en la actualidad, al margen de las herramientas concretas, cuentan con dos vectores centrales. El primero alude a los elementos básicos o fundamentos del periodismo, es decir, el conjunto de preceptos que se han sedimentado a lo largo del tiempo y forjado en procesos comunicativos en el transcurso de la historia, siempre bajo un manto humanista y social, más o menos acentuado según los contextos. Y el segundo se refiere a la

dimensión tecnológica, donde no se trata tanto de conocer las herramientas como de entender los fundamentos, adentrarse en los diferentes territorios y disponer de conocimientos para el trabajo individual o para el diálogo en los equipos interdisciplinarios que acometen buena parte de las piezas más complejas que difunden los cibermedios actuales y que circulan por los flujos del ecosistema comunicativo actual.

En la actualidad, el gran dilema del periodismo no pasa tanto por la incorporación de las tecnologías a la práctica profesional como un conjunto de herramientas, sino por la preparación de profesionales con un perfil más tecnológico, con competencias y habilidades para aprovechar las oportunidades del modelo computacional, en el que el *software* ha tomado el mando (Manovich, 2013) y en el que permanecen estables dimensiones que desde la óptica profesional definen la calidad periodística, como la relevancia, exhaustividad, diversidad, imparcialidad y precisión (Kümpel y Springer, 2015).

2. ANTECEDENTES: LAS FAKE NEWS

Las noticias falsas no constituyen una característica propia y exclusiva del momento actual (Burkhardt, 2017; Petroni, Massa y Anzera, 2017), sino que han estado presentes a lo largo de la historia de la Comunicación (Salas, 2019), especialmente durante los grandes conflictos bélicos y en las etapas de entreguerras para favorecer determinados intereses (Barragán y Bellido, 2019; Bloch, 1999; Schudson; Zelizer, 2017). Sin embargo, el nuevo ecosistema mediático, caracterizado por ser un contexto de desorden informativo (Wardle y Derakhshan, 2017) debido a la eclosión de las redes sociales (Haigh, Haigh y Kozak, 2017; Pavlik, 2013), ha contribuido a la proliferación de este tipo de contenidos (Jan; Kim, 2018) que están producidos con apariencia de informaciones periodísticas, pero que cuentan con datos erróneos, exagerados o manipulados (Alandete, 2019), y altos niveles de facticidad y engaño (Khaldarova y Pantti, 2016), con el fin de crear nuevas interpretaciones (Balmas, 2012), favorecer intereses ideológicos o económicos (Allcott y Gentzkow, 2017) y generar desconcierto y ansiedad entre la ciudadanía (Waisbord, 2018).

Las noticias falsas son un “oxímoron problemático” (Blanco, García y Tejedor, 2019) y confuso (Romero-Rodríguez, Valle-Razo y Torres-Toukoumidis, 2018) del que poco a poco se van conociendo algunos elementos comunes, a pesar de que no existe una definición universal, ni siquiera en el periodismo (Zhou y Zafarini, 2020). Derakhshan y Wardle (2017) destacan su intencionalidad perniciosa, mientras que Vosoughi, Roy y Aral (2018) subrayan la virulencia y rapidez con la que se extienden. Zaryan (2017) y López, González y Medina (2011) aluden al impacto social e intergeneracional, mientras que para Catalina-García, Sousa y Silva (2019) el problema radica en si las audiencias son capaces de diferenciar las noticias falsas de las que no lo son, ya que con frecuencia dan credibilidad a las informaciones que mejor encajan con su visión del mundo (Mihailidis y Viotty, 2017). Por su parte, Amorós (2018) se centra en su estructura, compuesta por tres elementos: un titular

impactante, una revelación que reafirma o indigna y una apariencia legítima y confiable.

Para Rubin, Chen y Conroy (2016), el concepto también engloba las noticias elaboradas por la prensa sensacionalista que cuentan con titulares no contrastados y exageraciones, los bulos a gran escala y las noticias falsas humorísticas. Y Tandoc, Lim y Ling (2018) consideran que igualmente hay que tener en cuenta las noticias satíricas, las parodias, los contenidos falsos redactados de manera periodística que no son advertidos a la audiencia, la manipulación de imágenes, los contenidos publicitarios bajo la apariencia de informes y la propaganda.

Estos “hechos alternativos” (Macías-Varela, 2017) que carecen de veracidad (Quin, 2017) están vinculados actualmente al terreno político (Pennycook y Rand, 2019) y son difundidos a través de internet u otros medios (Cambridge Dictionary, 2018). Para (Murolo, 2019), se encuentran intrínsecamente relacionados a las redes sociales y al ecosistema digital por aspectos como la fugacidad, la inmediatez o la imprecisión de quienes promueven este tipo de informaciones engañosas. No obstante, este tipo de informaciones también se propagan por los medios convencionales (Terol y Alonso, 2020).

El momento de mayor auge del fenómeno se produjo durante las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos, cuando Donald Trump puso en duda durante su campaña electoral la veracidad de las informaciones de algunos medios de comunicación (Carrera, 2018; Greenberg, 2017; Jankowski, 2018; Niño, Barquero y García, 2017). También han estado presentes en los procesos electorales de Francia, Alemania y España (Lowrey, 2017; Manfredi, Ufarte y Herranz, 2020); durante el referéndum del Brexit (Bastos y Mercea, 2019) y la crisis sanitaria del coronavirus (Aguado-Guadalupe y Bernaola-Serrano, 2020; Casero-Ripollés, 2020; Fernández, 2020; Pérez-Dasilva, Meso-Ayerdi y Mendiguren-Galdospín, 2020; Fernández-Torres, Almansa-Martínez, & Chamizo-Sánchez, 2021; Rodríguez Fernández, 2019; Sánchez-Duarte y Rosa, 2020; Salaverría *et. al*, 2020 y Villa Gracia y Cerdán Martínez, 2020; entre otros).

Entre los factores que facilitan su propagación está el efecto desinhibidor de la interacción en línea, particularmente cuando se usan perfiles falsos que mantienen el anonimato, posibilitando la publicación de supuestos datos para desacreditar acciones, personas u organizaciones (Gutiérrez, Coba y Gómez, 2020). A esta difusión de contenido, se añade el uso de bots que automatizan el proceso y amplían la expansión (Flores Vivar, 2019). Rehm (2018) destaca también que hay cierto tipo de contenidos que son más propensos a viralizarse, porque son agresivos, sensibilizantes, provocativos, verosímiles y porque la postura del artículo se identifica con facilidad.

Desde el punto de vista del ejercicio profesional, las *fake news* suponen una grave falta a la ética periodística. Los efectos, en cualquier caso, son negativos porque se confunde la verdad con la mentira, se incrementa la credibilidad hacia lo falso (Rapp

y Salovich, 2018) y se pone en riesgo la legitimidad del discurso democrático (Champy; 2011; Codeluppi, 2018; Fisher, 2018; Magallón, 2019; McChesney, 2014; Stewart *et al.*, 2019).

3. METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación es conocer el perfil profesional de los verificadores de datos en España. El diseño metodológico para alcanzar este propósito se estructura en una serie de fases, que deben realizarse de forma explícita para que permita a otros investigadores en distintos momentos y circunstancias aplicar la misma técnica y obtener resultados equiparables a los estudios anteriores, completándolos o verificándolos en espacios de análisis coherentes (Ortega-Mohedano, Pereira-Galhardi e Igartua, 2016). Además, es relevante entender que todo método o técnica de investigación requiere una ejecución por etapas (Igartua, 2006). En concreto, esta investigación ha seguido tres fases.

3.1. Revisión de la literatura

En una primera etapa se ha realizado una revisión sistemática de la literatura científica, que forma parte de la investigación secundaria (Codina, 2017), y que ha permitido conocer las principales aportaciones al estado de la cuestión. Además, se han aplicado sobre el objeto de estudio técnicas propias de la revisión documental con una mirada compilatoria y descriptiva (Bickman y Rog, 1998; Phillips y Pugh, 2008) para ofrecer una visión general del tema, de cómo ha ido evolucionando en el tiempo y en función del contexto (Babbie, 1989; Fernández-Collado y Dankhe, 1986).

3.2. Acotación del objeto de estudio y selección de la muestra de análisis

El análisis propuesto lleva a una acotación múltiple del objeto de estudio atendiendo a tres dimensiones: D1) Registro en el censo mundial de proyectos de verificación de la información elaborado por el Reporters Lab de la Duke University; D2) Proyectos firmantes del Código de Principios de la International Fact-Checking Network; D3) Proyectos independientes no asociados a ningún medio de comunicación.

Para acotar la primera dimensión (D1), se ha recurrido al censo mundial de proyectos de verificación realizado por la Escuela de Políticas Públicas de la Universidad de Duke, que ha creado un espacio web que sitúa geográficamente las 304 iniciativas de *fact-checking* existentes en 84 países diferentes (Duke Reporter's Lab, 2019). El laboratorio indica que en España hay ocho proyectos dedicados a la verificación de información: AFP Factual, EFE Verifica, El Objetivo, La Chistera, Maldita.es, Newtral, Polétika y Verificat.

Sin embargo, de los ocho proyectos contabilizados en el censo tan solo cuatro son firmantes del Código de Principios de la International Fact-Checking Network (D2), que es una unidad del Instituto Poynter cuyo objetivo es reunir a periodistas a nivel

mundial que se dedican a la verificación de hechos a nivel internacional. Estos proyectos son Maldita.es, Newtral Media Audiovisual, EFE Verifica y Verificat. Por consiguiente, quedan fuera del objeto de estudio AFP Factual, La Chistera, El Objetivo y Polétika.

Además, EFE Verifica es una unidad de verificación de la Agencia EFE (D3) que ofrece información útil frente a las falsedades que circulan por la red. Pertenece, por tanto, a un medio de comunicación, por lo que queda también fuera del objeto de estudio.

Finalmente, la muestra ha quedado compuesta por tres proyectos, a pesar de la creciente relevancia de estas iniciativas y la enorme repercusión que han adquirido en el ámbito periodístico, social y político en los últimos años. Las unidades de verificación estudiadas para conocer el perfil profesional del verificador de datos en España han sido Maldito Buló, Newtral Media Audiovisual y Verificat.

3.3. Herramientas de análisis

En una tercera fase, se ha elaborado una ficha de análisis que se ha aplicado a cada una de las unidades seleccionadas. Esta ficha está compuesta por un total de nueve parámetros agrupados en cuatro categorías de estudio: C1) perfil profesional y formación de la plantilla; C2) procedimientos y habilidades fundamentales para realizar la verificación; C3) técnicas y herramientas empleadas y C4) perfiles en redes sociales.

El primer apartado (C1), centrado en el perfil profesional, recoge cuatro variables en torno a la formación de cada uno de los miembros, cómo se organizan los equipos y las rutinas de trabajo y si cuentan con la colaboración de equipos multidisciplinares. En la segunda categoría (C2) se analizan qué habilidades y competencias requieren los profesionales para verificar la información, mientras que en la tercera (C3) se estudia cuáles son las herramientas informáticas más utilizadas. Por último, el cuarto apartado (C4) contiene dos ítems centrados en si se publican contenidos y comentarios en las redes sociales y la interactividad que se mantiene con la audiencia (Tabla 1).

Figura 2: *Ficha de Análisis*

Categorías de estudio	Parámetros de análisis
C1. Perfil profesional y formación de la plantilla	P1. Formación de cada miembro; P2. Organización de los equipos; P3. Rutinas de trabajo; P4. Colaboración de equipos multidisciplinares
C2. Procedimientos y habilidades	P5. Habilidades; P6. Competencias
C3. Técnicas y herramientas empleadas	P7. Programas informáticos más utilizados
C4. Perfiles en redes sociales	P8. Publicación de contenidos en redes sociales; P9. Interactividad con la audiencia

Fuente: Elaboración propia

Para completar dicha ficha, se ha realizado en primer lugar un análisis de contenido web (Herring, 2010), que contempla la inclusión de elementos propios de Internet y complementa el análisis de contenido tradicional (Bardin, 1977; Krippendorff, 2004). Este estudio ha permitido conocer la estructura organizativa, las personas que componen los equipos, la formación de cada miembro y los perfiles profesionales de cada uno de los proyectos que son objeto de estudio. Para ello, se han examinado las secciones relativas a “Nosotros” (Maldita), “Equipo” (Newtral Media Audiovisual) y “Quiénes somos” (Verificat) de las tres plataformas.

El análisis de contenido web también ha proporcionado información sobre los perfiles de las iniciativas en las redes sociales. De esta manera, se han examinado sus cuentas de Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube e Instagram, con el fin de conocer la publicación de contenidos y la interactividad que mantienen con la audiencia. Estas tareas se han realizado de forma grupal entre los autores de la investigación para evitar sesgos en la codificación.

El trabajo de campo se ha completado con entrevistas semiestructuradas en profundidad. En el caso de Maldito Bulo, se ha entrevistado a uno de los miembros cofundadores, Clara Jiménez, mientras que en Verificat se ha entrevistado a la coordinadora de Educación, Susana Pérez-Soler. En el caso de Newtral Media Audiovisual se ha entrevistado a Marilín Gonzalo, coordinadora del área digital de la plataforma. Las entrevistas se han realizado entre 2019 y 2021 de manera online y los bloques temáticos en torno a los que se han agrupado las preguntas han sido los aspectos contextuales de nacimiento de la iniciativa, la organización, el equipo humano, la experiencia de la iniciativa y las estrategias de verificación.

4. RESULTADOS

El perfil profesional del *fact-checker* se ha ido definiendo en el marco de la evolución de la sociedad en red, con las noticias falsas como telón de fondo. En los tres proyectos analizados, las labores de verificación de datos son resultado del trabajo de un equipo de profesionales de diferente perfil, formación y capacidades (Tabla 2). En general, son trabajadores que provienen en su mayoría del área de las Ciencias Sociales, destacando entre ellos de manera significativa los graduados en Periodismo, aunque también cobran importancia otros perfiles más técnicos, como los del sector informático, con capacidad para elaborar algoritmos que permitan identificar la información de forma rápida, tanto en bases de datos como en el grueso de Internet. En Maldita.es, por ejemplo, trabajan periodistas de datos, ingenieros informáticos y desarrolladores de plataformas webs y aplicaciones móviles. En Newtral Media Audiovisual hay periodistas, ingenieros, investigadores, programadores, productores, realizadores, grafistas y documentalistas; mientras que en Verificat trabajan periodistas, periodistas de datos, documentalistas, publicistas y relaciones públicas y expertos en redes sociales y nuevos formatos y visualización.

En este sentido, Clara Jiménez, Marilín Gonzalo y Susana Pérez-Soler coinciden en que el *fact checking* no es el resultado de la intervención de un único profesional, sino que la puesta en marcha de estas iniciativas requiere de equipos multidisciplinares, flexibles, y con competencias tecnológicas específicas que permitan llevar a cabo las ideas de negocio. El perfil del verificador de datos queda redefinido, por tanto, como una figura con multitud de especializaciones y competencias y con la capacidad de aliarse con perfiles muy diferentes para el desarrollo de su oficio. Todo ello unido a una mentalidad abierta e innovadora por la que se perciban los cambios que afectan a la industria mediática más como oportunidades que como posibles amenazas.

Figura 3: Perfiles profesionales según el tipo de empresa

Empresa	Perfil
Maldita.es	Periodistas de datos
	Ingenieros informáticos
	Desarrolladores de plataformas web y aplicaciones móviles
Newtral Media Audiovisual	Periodistas
	Ingenieros
	Investigadores
	Programadores
	Productores
	Realizadores
	Grafistas
Documentalistas	
Verificat	Periodista
	Periodista de datos
	Documentalistas
	Expertos en redes sociales y nuevos formatos y visualización
	Publicistas y Relaciones Públicas

Fuente: Elaboración propia

El trabajo periodístico de verificación de datos se divide en cinco componentes y acciones fundamentales: trabajo con fuentes fiables, acceso a testigos y autenticación de fuentes, empleo de métodos periodísticos tradicionales, uso de herramientas de verificación y métodos alternativos. Por eso, las competencias y habilidades que precisa el *fact-checker* se enmarcan principalmente en el manejo de las tecnologías actuales, con herramientas de rastreo, verificación y visualización, lo que aconseja el dominio de la informática y de programas de gestión de bases de datos, con el fin de acceder a las bases de datos de fuentes oficiales u organizaciones empresariales y poder confirmar que la información se ajusta a la realidad.

“En el proceso de verificación también se llevan a cabo labores tecnológicas de identificación de imagen, vídeo o audio en el caso de que sea necesario”, matiza Jiménez, que especifica que cuentan con un grupo de Telegram en el que el equipo plantea las dudas sobre la verificación. Por su parte, Pérez-Soler añade que “también entran en juego el periodismo de investigación, la transparencia y el periodismo de

datos". Para Gonzalo, "los datos son la base de todo nuestro trabajo y estamos convencidos de que su uso, a través de la innovación en el periodismo, es más necesario que nunca en la era de la lucha contra las *fake news*".

Además, los verificadores españoles tienen que dominar la comunicación multimedia y en diferentes soportes, debido a que pueden encontrarse con datos e informaciones de diversa naturaleza -vídeo, audio, fotografías, texto- que han de saber integrar en sus productos periodísticos. De igual modo, recurren a las herramientas propias del gigante tecnológico Google, como Google Maps y Google Images, entre otras, para contrastar las localizaciones y comprobar el contenido de las fotografías.

Por estos motivos, la formación de los periodistas que se dedican a este tipo de comunicación debe incluir campos muy específicos de la visualización y la gestión de bases de datos documentales, así como destrezas profesionales que le permitan comprender al público el resultado de la verificación. El perfil ideal del verificador de datos también incluye un buen conocimiento del funcionamiento de las administraciones públicas, ya que en buena parte de los temas que se comprueban hay que analizar las declaraciones de los líderes políticos, autoridades locales, nacionales o de organismos públicos.

Desde el punto de vista de las entrevistadas, el *fact-checker* camina de la mano de un perfil que requiere un entrenamiento técnico en el campo de la gestión de bases de datos y las tecnologías actuales y de un aprendizaje permanente de técnicas para saber narrar con texto, imagen en movimiento y sonido las comprobaciones realizadas. En el caso de Maldita.es, por ejemplo, la verificación se presenta a través de comentarios textuales breves y concisos y una escala cromática en la que la audiencia es advertida de la fiabilidad de los contenidos a los que hace referencia la prueba de verificación. Los textos comprobados son presentados a modo de noticia: cuentan con un titular, subtítulo, cajas con los datos más relevantes y un cuerpo textual en el que se explican aquellos datos que contribuyen a que las declaraciones o informaciones tratadas sean verdaderas o falsas.

Los *fact checker* españoles también dominan las redes sociales, siendo las más habituales (a fecha de 16 de marzo de 2021): Twitter (Maldita.es, 116.900 seguidores; Newtral Media Audiovisual, 187.200 y Verificat, 9.955); Facebook (Maldita.es, 63.268 me gustas y 66.040 seguidores; Newtral Media Audiovisual, 33.190 me gustas y 35.268 seguidores y Verificat, 931 me gustas y los 986 seguidores); LinkedIn (Maldita.es, 1.707 seguidores; Newtral Media Audiovisual, 4.783; y Verificat, 84); YouTube (Maldita.es; 2.750 suscriptores; Newtral Media Audiovisual; 9.460, Verificat no cuenta con canal); e Instagram (Maldita.es, 30.900 seguidores; Newtral Media Audiovisual, 40.000 y Verificat, 2.197 seguidores).

Estas redes son empleadas tanto para la comprobación de datos y el acceso a fuentes originales como para la diseminación de los productos informativos resultantes de los procesos de *fact-checking* y el posterior contacto y conversación con

sus seguidores y la audiencia en general. De hecho, el equipo de Maldita.es verifica principalmente las declaraciones de los líderes políticos y los bulos que denuncia su comunidad de usuarios. El uso intensivo que realizan de *Twitter*, por ejemplo, sirve para la promoción de los contenidos, el establecimiento de un canal de conversación con lectores y otras funciones similares, ya que los mensajes en esta red social se someten a un permanente escrutinio por parte de un elevado número de *followers*, entre los que se generan conversaciones multidireccionales. Es decir, emplean la marca personal del periodista como motor de promoción y aprovechan su activa participación en redes sociales para proyectar su marca periodística personal ante miles de seguidores en el nuevo entorno comunicativo global.

No obstante, los verificadores de la información no abandonan las formas de contacto y contraste de informaciones más tradicionales, como el teléfono, el correo electrónico o incluso el contacto personal. Implica, en definitiva, compatibilizar el *fact checking* con el reporterismo convencional. El objetivo central es el periodismo, por lo que la curiosidad, el contacto con distintas fuentes y expertos que ayudan a contextualizar la información y el gran interés por desmontar mentiras y bulos es vital para llevar a cabo de manera óptima este tipo de proyectos, que si se hacen bien, “son un instrumento insustituible en la sociedad”, añade Marilín Gonzalo.

Por estos motivos, la verificación de la información en España es ya un nicho importante para el mercado periodístico. “Hay información errónea más que suficiente para emplear a muchos más periodistas”, detalla Pérez-Soler, por lo que conocer las labores que desempeñan estos profesionales es un requisito no solo para trabajar en iniciativas que se dedican a esta práctica, sino también para trabajar en cualquier medio de comunicación que cuente con departamentos especializados de *fact checking*.

5. CONCLUSIONES

La actividad de los *fact checkers* es una práctica periodística enraizada en el periodismo desde sus comienzos que ha cobrado una nueva fuerza en la actualidad. Por eso, la emergencia de la verificación de datos representa, en cierta medida, una paradoja (López-García, Rodríguez-Vázquez y Álvarez-Gromaz, 2016), por su carácter de nueva-vieja modalidad profesional, en el sentido de que constituye la esencia del trabajo periodístico y un elemento fundamental para garantizar la calidad de las informaciones (Gómez-Mompart, Gutiérrez-Lozano y Palau-Sampio, 2013).

Los procesos de verificación cuentan hoy en día con una mayor importancia y los proyectos dedicados a estas funciones se han disparado en los últimos años a nivel nacional, debido a que estas labores son efectivas para corregir informaciones erróneas y contribuyen a incrementar la percepción de confianza en los medios que apuestan por esta práctica.

Las unidades estudiadas surgen entre 2012 y 2019, coincidiendo con la etapa de mayor auge de esta práctica. Desde entonces, estos proyectos no han parado de personalizar sus servicios para responder a las demandas de medios de comunicación y usuarios que apuestan por textos periodísticos contrastados a partir de fuentes fiables, documentos oficiales y resultados de investigaciones solventes. Esta situación evidencia la voluntad de consolidar esta actividad de servicio público, que prioriza la agenda cívica y la vigilancia de los poderes públicos (Graves, 2018), en un momento en que el auge de las llamadas *fake news* y la posverdad amenazan los estándares de calidad y la credibilidad de medios y periodistas (Anderson y Rainie, 2017; Lewandowsky, Ecker y Cook, 2017).

Esta vía de especialización profesional no ha sustituido a otros perfiles, sino que ha incrementado las opciones del modelo que configura los cometidos del trabajo periodístico en el ecosistema mediático actual. De hecho, Gómez-Calderón, Roses y García-Borrego (2017) consideran que los nichos de empleo más pujantes en los próximos años serán los relacionados con las nuevas posibilidades que ofrece el entorno digital, ya que dentro de estos espacios emergentes puede producirse una hibridación entre las cualidades clásicas del periodista y las herramientas virtuales.

El resultado del análisis señala que el perfil profesional del *fact checkers* en España es complejo y heterogéneo. En estos equipos existe una hibridación de perfiles y una transversalidad de conocimientos, aptitudes y actitudes (Q1). Las procedencias académicas de los profesionales son dispares, aunque la formación académica en periodismo o comunicación es la más común (Q2). Por eso, los cometidos en este campo los realizan profesionales con un buen dominio de las técnicas de rastreo y comparación, gestión de base de datos y técnicas de presentación y visualización de la información (Q3). Estas son las dimensiones básicas de este nuevo perfil profesional, que vertebra la verificación alrededor de renovadas técnicas de búsqueda y gestión de datos y que presenta los textos contrastados a la audiencia después de un proceso en el que los contenidos deben superar varias fases antes de publicarse (Q4). Esta situación revela la necesidad de formar en nuevas competencias adaptadas al impacto de la innovación tecnológica, de acuerdo a lo que proponen Besalú, Schena y Sánchez (2017) y Casero-Ripollés, Ortells y Doménech (2013), entre otros.

Además, la verificación de la información es una nueva salida profesional para el periodismo (Q5). Cada vez con mayor frecuencia medios de prensa, radio, televisión o incluso agencias de comunicación forman partes de iniciativas como *The Trust Project*, que garantizan que se cumplan una serie de principios y prácticas relacionadas con la verificación y el rigor periodístico (García y López, 2021). De igual modo, los verificadores de datos, como también sucede con profesionales de otras áreas del periodismo, han adoptado las redes sociales como herramientas propias de su trabajo diario. En este sentido, Bremer (2013) recuerda que el manejo de las redes sociales puede mejorar la empleabilidad de los futuros graduados en Periodismo, ya que muchos jóvenes tienen dificultades para encontrar trabajo debido al desajuste entre su capacitación y los requerimientos del mercado laboral.

Las iniciativas estudiadas se han creado en el seno de lo que se denomina “periodismo emprendedor” (Manfredi, Rojas y Herranz, 2015; Prenger y Deuze, 2017), pues preconizan la vuelta a los valores tradicionales del periodismo, principios como la veracidad, el rigor, la ética, el servicio público y la independencia, por medio de la creación de modelos alejados de los que imperan en los medios tradicionales. También suponen una fuerte reducción de las inversiones necesarias para la producción periodística (Manfredi y Artero, 2014). Estas empresas son proyectos innovadores porque en vez de intentar mantener el actual modelo analógico, son de naturaleza digital, lo que significa más flexibilidad, dinamismo y velocidad en la capacidad de adaptación al cambio.

No obstante, el verificador de datos no es un perfil cerrado, sino que evoluciona a medida que conquista nuevos espacios. Los estudios sobre este nuevo profesional y la presencia de la tecnología en el día a día de sus actividades se configuran como una avenida de investigación relevante en pleno proceso de revisión de las competencias, habilidades y prácticas profesionales vinculadas a los estudios de comunicación y periodismo. Por este motivo, esta investigación aspira a fijar unas primeras bases de aproximación a este nuevo perfil profesional en auge.

6. REFERENCIAS

- Adair, B. y Thakore, I. (2015). Fact-checking Census Finds Continued Growth Around the World. Duke Reporters´Lab. <http://cort.as/-RVzc>
- Aguado-Guadalupe, G. y Bernaola-Serrano, I. (2020). Verificación en la infodemia de la Covid-19. El caso Newtral. *Revista Latina*, 78, 289-308.
- Alandete, D. (2019). *Fake News: la nueva arma de destrucción masiva*. Deusto S.A. Ediciones.
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://www.doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Alonso, L.E., Fernández-Rodríguez, C. y Nyssen, J.M. (2009). *El debate sobre las competencias. Una investigación cualitativa en torno a la educación superior y el mercado de trabajo en España*. Aneca.
- Álvarez-Gromaz, L. y López-García, X. (2016). El Fact Cheking como herramienta de combate contra el sensacionalismo. En: L. Esteban (coord.), C.J. Almuiña-Fernández (dir.), R. Martín-de-La-Guardia (dir.) y J. Vidal-Pelaz-López, (dir.), *Sensacionalismo y amarillismo en la historia de la comunicación* (215-228). Fragua.

Ufarte Ruiz, M. J, Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J.
Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España

- Álvarez-Flores, E.P., Núñez-Gómez, P. y Rodríguez-Crespo, C. (2017). Adquisición y carencia académica de competencias tecnológicas ante una economía digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 540-559.
- Amazeen, M. A. (2015). Revisiting the epistemology of fact-checking. *Critical Review*, 27(1), 1-22.
- Amorós, M. (2018). *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.
- Anderson, J. y Rainie, L. (2017). The Future of Truth and Misinformation Online. *Pew Research Center*. <http://www.pewinternet.org/2017/10/19/the-future-of-truth-and-misinformation-online/>
- Andueza-López, B. y Pérez-Arozamena, R. (2014). El móvil como herramienta para el perfil del nuevo periodista. *Historia y comunicación social*, 19, 591-602. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44987
- APM (2018). *Informe Anual de la profesión periodística 2018*. Asociación de la Prensa de Madrid.
- Arias-Oliva, M., Torres-Coronas, T. y Yáñez-Luna, J.C. (2014). El desarrollo de competencias digitales en la educación superior. *Historia y comunicación social*, 19, 355-366. http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44963
- Armendáriz, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado. *Revista internacional de relaciones públicas*, 5(9), 153-178. <https://doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-09-153-178>
- Ayuso, B. y Bauzá, B. (2018). Almanagues, espías y un chándal: el universo secreto de los fact-checkers. *Jot Down*, 31(abril), 4-13.
- Babbie, E. (1989). *The practice of social research*. Ed. Wadsworth, Pub Co.
- Balmas, M. (2012). When Fake News Becomes Real. Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research*, 41, 430-454. <https://doi.org/10.1177/0093650212453600>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Barragán-Romero, A. I. y Bellido-Pérez, E. (2019). Fake News durante la Primera Guerra Mundial: Estudio de su representatividad en las portadas de la prensa española (ABC Madrid). *Historia y comunicación social*, 24(2), 433-447. <http://doi.org/10.5209/hics.66288>

- Bastos, M. T. y Mercea, D. (2019). The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news. *Social science computer review*, 37(1), 38-54. <https://doi.org/10.1177/0894439317734157>
- Besalú-Casademont, R., Schena, J. y Sánchez-Sánchez, C. (2017). Competencias más relevantes en los estudios de Comunicación Audiovisual. Las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1.536-1.553. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1233>
- Bickman, L. y Rog, D. (1998). Why a handbook of applied social research methods? En L. Bickman, D. Rog y J. Debra, *Handbook of applied social research methods*. Thousand Oaks (viii-xviii). Sage.
- Blanco-Alfonso, I., García-Galera, C. y Tejedor-Calvo, S. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y comunicación social*, 24(2), 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Bloch, M. (1999). *Historia e historiadores*. Akal.
- Boczkowsky, P. (2004). *Digitizing the news. Innovation in online newspapers*. MIT Press.
- Bremer, L. (2013). Enhancing youth employability: What? Why? and How? Guide to core work skills. *International Labour Office, Skills and Employability Department*. <http://cort.as/-RaXk>
- Burkhardt, J. M. (2017). Chapter 1. History of Fake News. *Library Technology Reports*, 53(8), 5-9.
- Caeiro, C. (2014). Teoría de cambio: de audiencias a comunidades y de transparencia a rendición de cuentas. En L. Zommer (Ed.), *El boom del fact checking. Aprendizajes y desafíos del caso Chequeado* (29-33). Fundación Konrad Adenauer.
- Calvo-Rubio, L.M. (2019). Perfiles profesionales en la empresa periodística transmedia. En M.J. Ufarte, *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico* (53-68). Comunicación Social.
- Carrera, P. (2018). The stratagems of post-truth. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1469-1481. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1317>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29(2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J.
Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España

- Casero-Ripollés, A., Ortells-Badenes, S. y Doménech-Fabregat, H. (2013). Las competencias profesionales en periodismo: una evaluación comparativa. *Historia y Comunicación Social*, 18, 53-64. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44311
- Cambridge Dictionary. (2018). Significado de fake news. <https://cutt.ly/oyr4VzQ>
- Catalina-García, B., Sousa, J. P. y Cristina Silva Sousa, L. C. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 8(2), 93-115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>
- Casero-Ripollés, A. y Cullell March, C. (2013). Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(especial abril), 681-690 https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42151
- Champy, F. (2011). *Nouvelle Théorie Sociologique des Professions*. Presses Universitaires de France.
- Cherubini, F. y Graves, L. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Ciampaglia, G.L., Shiralkar, P., Rocha L.M., Bollen J., Menczer, F. y Flammini, A. (2015). Computational Fact Checking from Knowledge Networks. *PLOS ONE*, 10(10), e0141938. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0141938>
- Codina, L. (20 de abril, 2017). Revisiones sistematizadas y cómo llevarlas a cabo con garantías: Systematic reviews y SALSA Framework. *Lluís Codina*. <https://www.lluiscodina.com/revision-sistemica-salsa-framework>
- Codeluppi, V. (2018). *Il tramonto della realtà. Come i media trasformano le nostre vite*. Carocci.
- Derakhshan, H. y Wardle, C. (2017). Information Disorder: Definitions. En VV.AA., *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem* (5-12). Annenberg School for Communication.
- Deuze, M. y Prenger, M. (2019). *Making Media. Production, Practices, and Professions*. Amsterdam University Press.
- Duke Reporter's Lab. (2019). *Fact-Checking*. <http://cort.as/-ROgV>
- Echevarría, B. (2016). Más 'fact-checking' contra la posverdad. *Cuadernos de periodistas*, 33. Asociación de la Prensa de Madrid.

- Fernández, F. R. (2020). Comunicación y noticias falsas en relación al COVID-19: algunas reflexiones sobre la información, la desinformación y propuestas de mejora. *Revista Española de Comunicación en Salud, suplemento 1*, 253-264. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5375>
- Fernández-Collado, C. y G. Dankhe (Eds.). (1995). *La comunicación humana: ciencia social*. McGrawHill.
- Fernández-Torres, M. J., Almansa-Martínez, A., & Chamizo-Sánchez, R. (2021). Infodemic and fake news in Spain during the COVID-19 pandemic. *International journal of environmental research and public health*, 18(4), 1781.
- Ferreras, E. (2013). Aproximación teórica al perfil profesional del periodista de datos. *Icono 14*, 11(2), 115-140.
- Fisher, C. (2018). What is meant by 'trust' in news media? En K. Otto y A. Köhler (Eds.), *Trust in Media and Journalism* (19-38). Springer.
- Flores Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 29, 197-212. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>
- García-Avilés, J.A. (2007). Nuevas tecnologías en el periodismo audiovisual. *Revista de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*, 1(2), 59-75.
- García-Ureta, I., Toral-Madariaga, G. y Murelaga-Ibarra, J. (2012). Propuesta docente para la formación de comunicadores: desarrollo de competencias psicológicas y conexión con los retos profesionales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 413-423. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40996
- García Vivero, G. y López, X. (2021). La verificación de datos en Europa. Análisis de 5 iniciativas europeas: Maldita.es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs y BBC. *AdComunica*, 21, 235-264. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.12>
- Gómez Calderón, B., Roses, S. y García Borrego, M. (2017). Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 191-200. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.14>.
- Gómez-Mompart, J.L., Gutiérrez-Lozano, J.F. y Palau-Sampio, D. (2015). Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional. *Comunicar*, XXIII(45), 143-150. <https://doi.org/10.3916/C45-2015-15>
- Greenberg, D. (2017). Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism. *Journal of Communication*, 67. <https://doi.org/10.1111/jcom.12329>

- Graves, L. (2016). *Deciding What's True*. Columbia University Press.
- Graves, L. (2018). Boundaries Not Drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1196602>
- Gueham, F. (2017). *Le fact-checking: une réponse à la crise de l'information et de la démocratie*. Fondation pour l'innovation politique.
- Gutiérrez-Coba, L., Coba-Gutiérrez, P., y Gómez-Díaz, J. A. (2020). La Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina*, 78, 237-264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>
- Haigh, M.; Haigh, T. y Kozak, N.I. (2017). Stopping Fake News. The work practices of peer-to-peer counter propaganda. *Journalism Studies*, 19(14), 1-26 <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1316681>
- Hassan, N., Adair, B., Hamilton, J. T., Li, C., Tremayne, M., Yang, J., y Yu, C. (2015). The quest to automate fact-checking. *Proceedings of the 2015 Computation+ Journalism Symposium*, Nueva York, 2-3 octubre. <http://cj2015.brown.columbia.edu/papers/automate-fact-checking.pdf>
- Herrero Diz, P., Pérez Escolar, M. y Plaza Sánchez, J.F. (2020). Desinformación de género: análisis de los bulos de Maldito Feminismo. *Icono* 14, 18(2), 188-216. <https://dx.doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1509>
- Herring, S. (2010). Web content analysis: Expanding the paradigm. En J. Hunsinger, L. Klastrup y M. Allen (Eds.), *International handbook of internet research* (233-249). Springer Verlag.
- Humanes, M.L. y Roses, S. (2014). Valoración de los estudiantes sobre la enseñanza del Periodismo en España. *Comunicar*, XXI(42), 181-188. <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-18>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Ireton, Ch. y Posetti, J. (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: handbook for journalism education and training*. Unesco Publishing. <https://bit.ly/34QoKSY>
- Jang, S. M. y Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions". *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302.

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J.
Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España

- Jankowski, N.W. (2018). Researching Fake News: A Selective Examination of Empirical Studies. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 25, 248-255. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418964>
- Khaldarova, I. y Pantti, M. (2016). Fake News. The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*, 10(7), 891-901. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237>
- Kolodzy, Janet (2013). *Practicing convergente journalism. An introduction to cross-media storytelling*. Routledge.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *The elements of journalism*. The Guardian/Atlantic Books.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Kunelius, R. (2007). Good Journalism. *Journalism Studies*, 7(5), 671-690. <https://doi.org/10.1080/14616700600890323>
- Kümpel, A.S. y Springer, N. (2015). Commenting Quality: Effects of User Comments on Perceptions of Journalistic Quality. *SCM Studies in Communication and Media*, 5, 353-366. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-3-353>.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. y Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369 <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- López-Cepeda, A. M., Ufarte-Ruiz, M. J., y Murcia-Verdú, F. J. (2019). Medios audiovisuales de servicio público y desinformación. Principales políticas y estrategias contra las noticias falsas. En VV.AA, *Las nuevas narrativas, en el entorno social* (155-170). Cuadernos Artesanos de Comunicación, Sociedad Latina de Comunicación Social.
- López-García, X. (2001). Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información. *Ámbitos*, 78, 7-18. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800801>
- López-García, X. (2012). La formación de los periodistas para los entornos digitales actuales. *Revista de Comunicación*, 11, 178195.
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A.I y Álvarez-Gromaz, L. (2016). El fact checking como reclamo y como servicio en los cybermedios. Análisis de las experiencias de 'The Washington Post' y 'The Guardian'. *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, 103.

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J.
Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España

- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A.I. y Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, XXV(53), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- López-García, X., Toural-Bran, C. y Limia-Fernández, M. (2018). Herramientas para la verificación y contraste de la información en el ecosistema digital. En K. Meso, A. Larrondo y S. Peñá (Eds.), *X Congreso Internacional de Cyberperiodismo* (30). Universidad de El País Vasco.
- López-García, X., Toural-Bran, C. y Rodríguez-Vázquez, A.I. (2016). Software, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos. *El profesional de la información*, 25(2), 286-294. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.16>
- López-Vidales, N., González Aldea, P. y Medina de la Viña, E. (2011). Jóvenes y televisión en 2010: Un cambio de hábitos. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, 16(30), 97-113.
- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M. y Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *index.comunicación*, 8(2), 295-316
- Lowrey, W. (2017). The Emergence and Development of News Fact-checking Sites. *Journalism Studies*, 18(3), 376-394. <https://www.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>
- Macías-Varela, B. (2017). *La comunicación para el cambio social desde una perspectiva de género en Andalucía* [Tesis doctoral, Universidad de Cádiz].
- Magallón Rosa, R. (2018). Nuevos formatos de verificación. El caso de Maldito Bulo en Twitter. *Sphera Publica*, 1(18), 41-65.
- Magallón Rosa, R. (2019). *Unfaking news: cómo combatir la desinformación*. Ediciones Pirámide.
- Manfredi Sánchez, J. L. y Artero, J. P. (2014). New Business Models for the Media: the Spanish Case. En E. Psychogiopoulou (Ed.), *Media Policies Revisited. The Challenge for Media Freedom and Independence* (160-174). Palgrave Macmillan.
- Manfredi Sánchez, J. L., Rojas Torrijos y J. L.; Herranz de la Casa, J. M. (2015). Innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocio y narrativas. *El profesional de la información*, 24(3), 265-273. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.may.06>

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J.
Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España

- Manfredi Sánchez, J.L., Ufarte Ruiz, M.J. y Herranz de la Casa, J.M. (Coord.). (2020). *Periodismo y ciberseguridad en tiempos de incertidumbre*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. Bloomsbury Academic.
- Mantzarlis, A. (2018). Fact-checking 101. En C. Ireton y J. Posetti, J. (Eds.), *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training* (81-95). Unesco.
- Martín-del-Peso, M., Rabadán-Gómez, A. y Hernández-March, J. (2013). Desajustes entre formación y empleo en el ámbito de las enseñanzas técnicas universitarias: la visión de los empleadores de la Comunidad de Madrid. *Revista de educación*, 360, 244-267.
- Masip, P. (2016). Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. *El Profesional de la Información*, 25(3), 323-330.
<https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.01>
- Mazaira-Castro, A., Rúas-Araújo, J. y Puentes-Rivera, I. (2019). Fact-Checking en los debates electorales televisados de las elecciones generales de 2015 y 2016. *Revista latina de comunicación social*, 74, 748-766. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1355-38>
- Meso, K. (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del periodismo: el periodista digital. *Revista Latina de comunicación social*, 51.
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>
- McChesney, R. (2014). *Blowing the Roof off the Twenty-First Century*. Monthly Review Press.
- Micó-Sanz, J.L (2003). *La edición digital no lineal en los programas informativos de televisión* [Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València].
- Micó-Sanz, J. L., Masip-Masip, P. y García-Avilés, J. A. (2009). Periodistas que ejercen de documentalistas (¿y viceversa?). Nuevas relaciones entre la redacción y el archivo tras la digitalización de los medios. *El Profesional de la Información*, 18(3), 284-290. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2009.may.05>
- Mihailidis, P. y Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in 'post-fact' society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454.
<https://doi.org/10.1177/0002764217701217>

- Murolo, L. (2019). La posverdad es mentira. Un aporte conceptual sobre fake news y periodismo. En R. Aparici y D. García-Marín (Coords), *La Posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Gedisa.
- Niño Gonzalez, J. A., Barquero Cabrero, M. y García García, E. (2017). Opinión pública e infoxicación en las redes: los fundamentos de la post-verdad. *Vivat Academia*, 139, 83-94. <http://doi.org/10.15178/va.2017.139.83-94>
- Nyhan, B. y Reifler, J. (2014). The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on Us State Leigslators. *American Journal of Political Science*, 5(3), 628-640 <https://doi.org/10.1111/ajps.12162>
- Ortega-Mohedano, F., Pereira Galhardi, C. y Igartua, J.J. (2016). Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa. *Communication & Society*, 29(3), 49-68. <https://doi.org/fh44>
- Quin, R. (2 de noviembre, 2017). Collins 2017 word of the year shortlist. *Collins*. <https://bit.ly/3fdl40x>
- Palau Sampio, D. (2018). Fact checking y vigilancia del poder: La verificación del discurso público en los nuevos medios de América Latina. *Communication & Society*, 31(3), 347-365. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-365>
- Paniagua Rojano, F. J., Gómez Aguilar, M. y González Cortés, M. E. (2014). Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 548-570. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1024>
- Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the Future of Journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181-193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
- Pennycook, G. y Rand, D. G. (2018). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50. <https://dx.doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Pérez Colomé, J. (12 de marzo, 2019). Facebook ficha a Newtral y Maldita para combatir las noticias falsas. *El País*. https://elpais.com/tecnologia/2019/03/12/actualidad/1552350738_032029.html
- Pérez-Curiel, C., y Velasco-Molpeceres, A. M. (2020). Tendencia y narrativas de fact-checking en Twitter. Códigos de verificación y fake news en los disturbios del Procés (14-O). *adComunica*, 20, 95-122. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>
- Pérez-Dasilva, J. Á., Meso-Ayerdi, K. y Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J.
Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España

análisis de las conversaciones en Twitter. *Profesional de la Información*, 29(3).
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>

Petroni, S., Massa, A. y Anzera, G. (2017). *Lo specchio di Aletheia: Fake news e politica internazionale* (V. 1). Edizioni Nuova Cultura.

Phillips, E.M. y Pugh, D. (2008). *La tesis doctoral. Un manual para estudiantes y sus directores*. Bresca Editorial.

Prenger, M. y Deuze, M. (2017). A History of Innovation and Entrepreneurialism in Journalism. En P. J. Boczkowski y C. W. Anderson (Eds.), *Remaking the News. Essays on the Future of Journalism Scholarship in the Digital Age* (235-250). MIT Press.

Rapp, D. N. y Salovich, N. A. (2018). Can't We Just Disregard Fake News? The Consequences of Exposure to Inaccurate Information. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 5(2), 232-239
<https://doi.org/10.1177/2372732218785193>

Rehm, G. (2018). An Infrastructure for Empowering Internet Users to Handle Fake News and Other Online Media Phenomena. En G. Rehm y T. Declerck (Eds.), *Language Technologies for the Challenges of the Digital Age* (216-231). Springer International Publishing.

Renó, L. y Flores, J. (2014). Periodismo de datos en el mundo transmedia. En C. Campalán, D. Renó y V. Gosciola (Eds.), *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. Editorial UOC.

Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74(13), 1714-1728. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>

Romero-Rodríguez, L. M., Valle-Razo, A.L. y Torres-Toukourmidis, Á. (2018). Hacia una construcción conceptual de las fake news: epistemologías y tipologías de las nuevas formas de desinformación. En M.J. Pérez-Serrano, G. Alcolea-Díaz y A.I. Nogales-Bocio (Eds.), *Poder y medios en las sociedades del siglo XXI* (259-273). Ediciones Egregius.

Rodríguez Pérez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258.
<https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>

Rubin, V. L., Conroy, N., Chen, Y., y Cornwell, S. (2016, June). Fake news or truth? using satirical cues to detect potentially misleading news. En E. Tommaso y J. Bachenko (Eds.), *Proceedings of the second workshop on computational approaches to deception detection* (7-17). Association for Computational Linguistics.

- Salas Abad, C. (2019). La primera fake news de la historia. *Historia y comunicación social*, 24(2), 411-431. <https://dx.doi.org/10.5209/hics.66268>
- Salaverría, R. (2015b). Los labs como fórmula de innovación en los medios. *El profesional de la información*, 24(4), 397-404. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez-Duarte, J. M., y Rosa, R. M. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *Revista española de comunicación en salud*, suplemento 1, 31-41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Sánchez-García, P., Campos-Domínguez, E. y Berrocal-Gonzalo, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de comunicación social*, 70, 187-208. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042>
- Sánchez-González, H. y Méndez-Muros, S. (2013). ¿Perfiles profesionales 2.0? Una aproximación a la correlación entre la demanda laboral y la formación universitaria. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, 981-993. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42183
- Sánchez-Illán, J. C. (2005). El perfil profesional del periodista español. Evolución reciente y nuevos desafíos (1990-2005). *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 63, 85-92.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. W.W. Norton&Company Incorporated.
- Schudson, M. y Zelizer, B. (2017). Fake News in context. In AA.VV., *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem* (1-4). Annenberg School for Communication.
- Scolari, C., Micó-Sanz, J.L., Navarro-Guere, H. y Pardo-Kuklinski, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Revista Zer*, 13(35), 37-60.
- Spivak, C. (2011). The fact-checking explosion: in a bitter political landscape marked by rampant allegations of questionable credibility, more and more news outlets are launching truth-squad operations. *American Journalism Review*, 32(4), 38-43.
- Stencel, M. (2016). Global Fact-Checking up 50% in Past Year. *Duke Reporters's Lab*. Recuperado de <http://cort.as/-RRUO>

- Stewart, A., Mosleh, M., Diakonova, M., Arechar, A., Rand, D. y Plotkin, J. (2019). Information gerrymandering and undemocratic decisions. *Nature: International Weekly Journal of Science*, 573(7772), 117-121. <http://dx.doi.org/10.1038/s41586-019-1507-6>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. y Ling, R. (2018). Defining 'Fake News': a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Terol Bolinches, R. y Alonso López, N. (2020). La prensa española en la Era de la Posverdad: el compromiso de la verificación de datos para combatir las Fake News. *Prisma Social: revista de investigación social*, 31, 304-327.
- Torres-Coronas, T. y Vidal-Blasco, M.A. (2015). Percepción de estudiantes y empleadores sobre el desarrollo de competencias digitales en la educación superior. *Revista de educación*, 367, 63-90.
- Ufarte Ruiz, M. J. (2019). *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico*. Comunicación Social.
- Ufarte Ruiz, M. J., Anzera, G. y Murcia Verdú, F. J. (2020). Plataformas independientes de fact-checking en España e Italia. Características, organización y método. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 23-39. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.3>
- Ufarte-Ruiz, M.J., Calvo-Rubio, L.M., Murcia-Verdú, F.J. (2020). Las tecnologías hi-tech en los grados en Periodismo. Planes de estudios, formación de los periodistas y propuestas de inserción curricular. *Adcomunica*, 20, 43-66. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.3>
- Ufarte Ruiz, M. J., Galletero Campos, B. y López-Cepeda, A. M. (2020). Fact-Checking, a Public Service Value in the Face of the Hoaxes of the Healthcare Crisis. *Trípodos*, 1(47), 87-104. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.47p87-104>
- Ufarte Ruiz, M. J. y Manfredi Sánchez, J. L. (2019). Mapa de los proyectos de verificación de datos en España: perfil profesional, competencias y organización. En M.J. Ufarte (Coord.), *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico* (85-100). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Ufarte Ruiz, M. J., y Murcia Verdú, F. J. (2018). El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo. Estudio de caso de Miniver. *Miguel Hernández*, 9(2), 511-534.

- Ufarte Ruiz, M. J., Peralta García, L. y Murcia Verdú, F. J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *El profesional de la información*, 27(4), 733-741 <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Ufarte Ruiz, M. J., Sidorenko Bautista, P. y Cantero de Julián, J. I. (2019). El negocio de las noticias falsas. El caso de El Mundo Today. *Historia y comunicación social*, 24(2), 561-578. <https://doi.org/10.5209/hics.66300>
- Uscinski, J.E. y Butler, R.W. (2013). The Epistemology of Fact Checking. *Critical Review. A Journal of Politics and Society*, 25, 162-180. <https://doi.org/10.1080/08913811.2013.843872>
- Vázquez Herrero, J., Vizoso, A. y López García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El profesional de la información*, 28(3) <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Villa Gracia, A. D. y Cerdán Martínez, V. (2020). Bulos durante la pandemia del Covid-19 en España: un estudio a través de Google Trends. *Revista Latina*, 78, 169-182. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1473>
- Vivar-Zurita, H. (2011). Nuevos perfiles profesionales para una comunicación digital. *Telos*, 87(abril-junio), 58-62.
- Vizoso, Á., López-García, X. y Pereira-Fariña, X. (2018). Habilidades tecnológicas en el perfil del fact checker para la verificación de la información en la sociedad red. *Estudos em Comunicação*, 1(27), 105-126.
- Vosoughi, S., Roy, D. y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism studies*, 19(13), 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L., y Morag, Y. (2020). Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom. *Political Communication*, 37(3), 350-375. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>
- Worldle, C. y Derakhshan, H. (2017). *Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report DGI. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

Westlund, O. (2014). The Production and Consumption of Mobile News. En G. Goggin y L. Hjorth (Eds.), *The Routledge Companion to Mobile Media* (135-145). Routledge.

Zaryan, S. (2017). *Truth and Trust: How audiences are making sense of Fake News*. Lund University.

Zhou, X. y Zafarani, R. (2020). A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, an Opportunities. *ACM Computing Surveys*, 53(5), 1-40.
<https://doi.org/10.1145/3395046>

AUTOR/ES:

María José Ufarte Ruiz

Licenciada en Periodismo (2005) y doctora en Periodismo (2011) por la Universidad de Sevilla. Actualmente es profesora contratada doctora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha. Ha sido profesora invitada en la Universidad de La Frontera (Chile) y en la Universidad de La Sapienza (Roma), ha participado en diferentes proyectos de I+D+i nacionales e internacionales y cuenta con varias estancias académicas de investigación y docencia en centros de reconocido prestigio. Entre sus líneas de investigación se encuentran la evolución de los géneros periodísticos, las nuevas narrativas y tecnologías emergentes, así como la figura del periodista y sus condiciones de trabajo, campos que han centrado algunas de sus publicaciones en revistas científicas de impacto. En el ámbito profesional, ha trabajado como redactora en prensa escrita y agencias de comunicación.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7713-8003>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=n4yhLI8AAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Maria-Jose-Ufarte-Ruiz>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56023260800>

Luis Mauricio Calvo Rubio

Doctor por la UCLM. Graduado en Periodismo y Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política. Cuenta con la Especialización en Redes Sociales y Medios Online y es Máster Executive en Dirección y Administración de Empresas. Ha desarrollado su carrera profesional como periodista y responsable de medios de comunicación durante más de dos décadas. En la actualidad, es profesor en la Facultad de Comunicación de la UCLM e investiga sobre periodismo, comunicación y participación ciudadana en la esfera pública. Miembro del grupo de investigación GISOCOM e integrante de los proyectos nacionales Noticias, redes y usuarios en el sistema híbrido de medios y La diplomacia pública en las mega-ciudades iberoamericanas: estrategias de comunicación y poder blando para influir en la legislación ambiental global.

Orcid ID: <http://orcid.org/0000-0002-4707-5259>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=WALpsnoAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Luis-Calvo-Rubio>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57195422877>

Academia.edu: <https://uclm.academia.edu/LuisMauricioCalvoRubio>

Francisco José Murcia Verdú

Licenciado en Periodismo por la Universidad del País Vasco (2007), doctorando por la misma universidad y profesor asociado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha, donde imparte docencia en el área de Redacción. Cuenta con el Máster de Innovación en Periodismo, de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Ha realizado varias estancias nacionales e internacionales en centros de reconocido prestigio, posee varios cursos de especialización periodística y es autor de diferentes artículos científicos publicados en revistas de impacto. Entre sus líneas de investigación se encuentran la influencia de las tecnologías en los géneros periodísticos y la relación entre el periodismo y la literatura. En el ámbito profesional, ha trabajado como redactor en prensa escrita durante más de catorce años.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6020-1689>

Google Scholar: https://scholar.google.es/citations?user=Prv_l28AAAAJ&hl=es

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Jose-Verdu>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57203480899>

Academia.edu: <https://independent.academia.edu/FranMurciaVerdú>