

Desinformación sobre la guerra de Israel-Hamás: análisis de los bulos identificados por las plataformas de verificación españolas

Álvaro López-Martín

Universidad de Málaga ✉ 

Alba Córdoba-Cabús

Universidad de Málaga ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.95088>

Recibido: 16 de marzo de 2024 / Aceptado: 23 de mayo de 2024

ES Resumen. La presente investigación examina, a través de un análisis de contenido, los rasgos de los bulos difundidos en España sobre la guerra Israel-Hamás y registrados en las plataformas de verificación Maldita.es, Newtral, Efe Verifica, Verificat e Infoveritas entre el 7 de octubre de 2023 y el 7 de marzo de 2024, es decir, los primeros cinco meses del conflicto (n=232). Se detecta el protagonismo de los elementos audiovisuales en estos mensajes –difundidos principalmente a través de X– con el fin de dotar de una mayor verosimilitud al relato. También se percibe un fin eminentemente ideológico y una ausencia mayoritaria de fuentes identificadas, así como la descontextualización de la información. Predominan los bulos sobre ataques, bombardeos y muertes de civiles, la mayoría referidos a ofensivas de Israel contra Gaza. Para la verificación de estos contenidos, los *fact-checkers* recurren a un amplio repertorio de recursos y herramientas, principalmente digitales.

Palabras clave: Desinformación, bulos, España, verificación, guerra de Israel-Hamás.

ENG Disinformation about the Israel-Hamas war: Analysis of hoaxes identified by Spanish fact-checking platforms

Abstract. This research examines, through a content analysis, the features of the hoaxes disseminated in Spain about the Israel-Hamas war and registered in the verification platforms Maldita.es, Newtral, Efe Verifica, Verificat and Infoveritas between October 7, 2023, and March 7, 2024, that is, the first five months of the conflict (n=232). We detected the prominence of audiovisual elements in these messages –disseminated mainly through X– to provide greater verisimilitude to the story. An eminently ideological purpose, a majority absence of identified sources, and the decontextualization of the information are also perceived. There is a predominance of hoaxes about attacks, bombings and civilian deaths, most of them referring to Israeli offensives against Gaza. In order to verify these contents, fact-checkers resort to a vast repertoire of mainly digital resources and tools.

Keywords: Misinformation, hoaxes, Spain, fact-checking, Israel-Hamas war.

Cómo citar: López-Martín, A., y Córdoba-Cabús, A. (2024). Desinformación sobre la guerra de Israel-Hamás: análisis de los bulos identificados por las plataformas de verificación españolas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 30(2), 311-322. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.95088>

1. Introducción

El 7 de octubre de 2023, el mundo amaneció con la noticia del lanzamiento de cohetes por parte de la organización Hamás –que gobierna en la Franja de Gaza desde 2007– y la entrada de decenas de terroristas en territorio israelí. Más de 1.200 personas murieron en el ataque y alrededor de 240 fueron tomadas como rehenes (Stănescu, 2023). El Gobierno israelí declaró al país en guerra y el conflicto, arraigado en reivindicaciones históricas y territoriales que

arrancaron hace más de un siglo, se ha recrudecido (Lakhani, 2023).

Resurge, por tanto, el enfrentamiento bélico en la zona y trae consigo la guerra informativa, donde los contenidos fraudulentos copan, principalmente, las redes sociales (Stănescu, 2023). El contenido malicioso se considera un elemento clave. Se emplea la “desinformación como arma bélica y los medios sociales como trincheras infinitas” (Morejón-Llamas *et al.*, 2022, p. 2). Es decir, el manejo de estas

plataformas se suma a las diversas estrategias —políticas, militares o psicológicas— con la intención de mermar la capacidad de respuesta del adversario e interferir en la opinión pública (Susska *et al.*, 2022; Magallón-Rosa *et al.*, 2023). Las redes se han convertido en uno de los principales canales de circulación y difusión de contenidos, donde, además de los medios, entra en juego la población en la construcción del relato (Maharani, 2024).

Esta investigación se centra en los bulos difundidos en España en relación con la guerra que enfrenta a Israel y Hamás. Si bien España no constituye un actor directamente implicado en este conflicto, la dimensión adquirida por la guerra Israel-Hamás ha hecho que se erija actualmente como uno de los hechos de mayor interés internacional en el mundo, a lo que habría que sumar la circunstancia de que España fue el primer país europeo señalado por Israel en octubre de 2023 (Pretey y Alamillos, 2023). Ante un momento como el que nos atañe, plagado de desinformación y realidades alternativas, resulta más necesario que nunca, por una parte, definir y aportar un conocimiento certero sobre la construcción y difusión de los bulos y, por otra, dadas las limitaciones espacio-temporales y de lenguaje, filtrar la información fraudulenta sobre este conflicto bélico para alcanzar un retrato lo más fiel posible de la realidad. Asimismo, se pondrá el foco en los procedimientos aplicados para verificar estos contenidos engañosos, con el objetivo final de aportar luz a un asunto de actualidad todavía inexplorado en la literatura científica.

2. Estado de la cuestión

2.1. Desinformación y conflictos bélicos

La desinformación siempre ha existido, pero ha experimentado un auge sin precedentes en los últimos años motivado por una serie de factores: a) la digitalización de todos los segmentos y ámbitos de la sociedad y el desarrollo de las TIC, que han facilitado la proliferación de bulos a gran escala a través de herramientas como las redes sociales (Moreno-Castro *et al.*, 2020; Tandoc *et al.*, 2021); b) la polarización política y social, que ha sembrado un clima de desconfianza hacia las instituciones democráticas (Nanjundaswamy-Vasist *et al.*, 2023), y c) la pérdida de confianza en los medios de comunicación tradicionales (Primig, 2024).

La desinformación carece de una definición consensuada en la literatura científica, dada su complejidad. Se emplean diversos términos para referirse a este fenómeno (Tandoc *et al.*, 2021; García-Marín y Salvat-Martinrey, 2022). Rodríguez-Pérez (2019, p. 67) la define como “la distorsión de la información difundiendo noticias falseadas que engañan al receptor final”. Si bien no hay unanimidad en este aspecto, el grueso de los trabajos desaconseja el uso de expresiones como “fake news” o “noticias falsas” por su componente político (Freelon y Wells, 2020), mientras que abogan por términos como “desinformación” o “bulos” (Comisión Europea, 2018; Salaverría *et al.*, 2020; Suau y Puertas-Graell, 2023).

Su relevancia se evidenció en 2016 con la campaña presidencial estadounidense de Donald Trump y el referéndum del Brexit (Bastos y Mercea, 2017). Desde entonces su impacto ha sido notable en áreas

diversas como la economía, la educación o la ciencia, convirtiéndose en un peligro real para la sociedad al colisionar con el derecho de la ciudadanía a recibir información veraz (Tandoc *et al.*, 2018; Sádaba y Salaverría, 2023).

A medida que la tecnología avanza y que las redes sociales adquieren relevancia —son ya la principal vía de acceso a las noticias para los usuarios de todo el mundo (Reuters Institute, 2023)—, la incidencia de la desinformación requiere mayor atención. La sobreexposición diaria a contenido de dudosa procedencia dificulta el acceso a la información veraz y propicia el aumento de la vulnerabilidad ante la manipulación (Vázquez-Herrero *et al.*, 2019; Valverde-Berrocoso *et al.*, 2022). Con el fin de minimizar los efectos de la desinformación, se han puesto en marcha medidas estatales contra este fenómeno (Magallón-Rosa, 2019; Cárdenas-Rica *et al.*, 2022; Sádaba y Salaverría, 2023), si bien a nivel legal resulta de gran complejidad arbitrar acciones para afrontar esta problemática (Magallón-Rosa, 2019; Cotino, 2022).

Centrándonos en el terreno bélico, su análisis es sumamente importante, ya que aquí la desinformación distorsiona la percepción y la interpretación de acontecimientos especialmente dramáticos (Magallón-Rosa *et al.*, 2023), de profundas repercusiones colectivas. En estos contextos, como apunta Rodríguez-Tranche (2019), se refuerza el papel de la fotografía como eje del relato frente al texto, lo que impulsa la potencia manipuladora de los mensajes, ya que las imágenes gozan de mayor credibilidad y eran hasta ahora aval de la máxima objetividad (Caballo-Méndez y De-Santiago-Mateos, 2021). En líneas generales, se aprecia un protagonismo creciente de los soportes audiovisuales; en parte, motivado por la cada vez mayor incidencia de uso de redes sociales como Instagram o TikTok (Sidorenko-Bautista *et al.*, 2021).

Si bien las investigaciones centradas en la desinformación relativa a conflictos bélicos han tenido tradicionalmente un alcance limitado, su producción se ha incrementado a raíz de la invasión rusa en Ucrania en 2022. En este caso, los estudios detectan cómo la estrategia desinformativa ha pasado por varias fases (Aral, 2023; Yarova, 2023): una primera, centrada en deslegitimar a los Estados que apoyaban a Ucrania; y una segunda, dirigida a mitigar la conversación pública sobre la expansión de la OTAN. Zawadzki (2022) o Ibitowa (2022) analizaron el discurso de ambos bandos y observaron el intento de Rusia de justificar la invasión como un acto de protección a la población rusófona de la zona, mientras que Ucrania vendía su lucha heroica contra los invasores y opresores rusos. Por su parte, García-Marín y Salvat-Martinrey (2023) y Magallón-Rosa, Fernández-Castrillo y Garriga (2023) coinciden en calificar al inicio de esta guerra como el de más contenido informativo engañoso detectado hasta la fecha, con materiales generados sobre todo por *bots*. Señalan que la estrategia de desinformación más frecuente es la del falso contexto, especialmente vinculada a los ataques militares, y que Facebook es el canal principal para su difusión. García-Marín y Salvat-Martinrey (2023) insisten en que el conflicto ruso-ucraniano ha supuesto un cambio en la forma de utilizar la propaganda: tradicionalmente se dirigía a un público interno para exaltar

las victorias o minimizar las derrotas, mientras que ahora está enfocado al exterior, para restar valor al enemigo e influir en la comunidad internacional. En el caso del conflicto entre Israel y Hamás, son escasos los trabajos que abordan la desinformación relacionada con esta guerra (Cicurel, 2023; Shahi *et al.*, 2024), y menos aún los que se centran en el análisis de bulos (Reza y Sunvy, 2023; Stănescu, 2023); todos ellos limitados al ámbito anglosajón, pues no se registran investigaciones con este foco en el ámbito hispanohablante. No obstante, estos primeros estudios permiten inferir el protagonismo del componente visual en la construcción de estos mensajes.

2.2. La popularización del *fact-checking* para combatir la desinformación

Ante la oleada de desinformación del último decenio, existe práctica unanimidad entre la comunidad científica sobre la necesidad de desarrollar medidas y mecanismos para combatir el fenómeno (Blanco-Alfonso *et al.*, 2021; Pérez-Escolar *et al.*, 2023). En este sentido, el *fact-checking* se ha erigido como una de las herramientas más eficaces y extendidas (Salaverría *et al.*, 2020; Soo *et al.*, 2023). En el *fact-checking* se utilizan fuentes personales y documentales, repositorios digitales, motores de búsqueda y las tecnologías informáticas más avanzadas para comprobar las informaciones (Vázquez-Herrero *et al.*, 2019), con el fin de desmentir los contenidos que no se ajustan a la realidad (Morani *et al.*, 2022).

Autores como Cazalens *et al.* (2018) emplean este término para referirse de manera indistinta tanto a la verificación periodística convencional —previa a su publicación— como a la realizada posterior a su difusión. Sin embargo, la mayoría de los investigadores concibe el *fact-checking* como la operación de comprobación de la veracidad de contenidos ya difundidos (Graves y Cherubini, 2016; Herrero y Herrera-Damas, 2021). Incluso hay quien sitúa el *fact-checking* como una nueva “especialización” periodística, en parte heredera de la documentación informativa y el *data journalism* (Brandtzaeg *et al.*, 2017; Herrero-Diz *et al.*, 2022).

El auge de esta práctica ha propiciado en los últimos años la aparición de medios dedicados al chequeo de informaciones difundidas por terceros: estas serían las plataformas de verificación, popularizadas especialmente a raíz de la pandemia de la Covid-19 (Salaverría *et al.*, 2020; García-Marín *et al.*, 2023). A 11 de marzo de 2024, hay censadas por el Duke Reporters’ LAB a nivel internacional un total de 430 plataformas. De ellas, 113 pertenecen a la International Fact-Checking Network (IFCN), organización fundada en 2015 por el Poynter Institute para garantizar y fomentar la excelencia en estas entidades; y cinco son españolas: Maldita.es, Newtral, Verificat, Efe Verifica e Infoveritas.

Pese al indudable beneficio que reporta, la labor de estas plataformas aún presenta margen de mejora: así, Herrero y Herrera-Damas (2021) y García-Marín, Rubio-Jordán y Salvat-Martinrey (2023) critican la falta de celeridad con que en ocasiones se lleva a cabo el chequeo, señalando que el gran reto de las empresas de *fact-checking* es la verificación en tiempo real de los mensajes potencialmente fraudulentos. Pero habida cuenta de la rapidez con que los bulos saltan de

unos receptores a otros, muy superior a la de las noticias verídicas (Vosoughi *et al.*, 2018), no parece que la simultaneidad sea un objetivo factible a medio plazo.

Del mismo modo, diversas investigaciones cuestionan la utilidad de estas plataformas, debido a su escaso impacto en las audiencias (Vinhas y Bastos, 2022) y a su posible contribución a la amplificación de los bulos (Pérez-Curiel y Velasco-Molpeceres, 2020), aunque son mayoría los estudios en los que se pone en valor el papel y la utilidad de los *fact-checkers* en la lucha contra la desinformación (Lee *et al.*, 2022; Míguez-González *et al.*, 2023). Para contribuir a su eficacia, resulta fundamental la cooperación conjunta de todos los actores implicados. En este sentido, Cárdenas-Rica *et al.* (2022) advierten sobre la necesidad de una mayor transparencia por parte de los Estados e instituciones.

3. Objetivos

El propósito fundamental de esta investigación estriba, por un lado, en analizar los rasgos de los bulos difundidos en España sobre la guerra entre Israel y Hamás y, por otro, en explorar los procedimientos llevados a cabo por los *fact-checkers* para la verificación de estas informaciones. Con esto se pretende enriquecer la hasta el momento escasa literatura internacional existente sobre este conflicto —lógico a tenor de su desencadenamiento aún reciente y limitados los trabajos al ámbito anglosajón—, aportando para ello evidencias empíricas, y procurar un conocimiento más amplio sobre el fenómeno de la desinformación en el ámbito bélico.

Tomando como referencia este propósito general, el estudio se marcó cinco objetivos subsidiarios. El primero de ellos aspiraba a identificar cuáles son las vías de difusión y el eco mediático logrado por los mensajes desinformativos vinculados al conflicto (O1). Atendiendo en segundo lugar a su construcción, se pretendió trazar los principales rasgos del discurso no verídico que proporcionan (O2), poniendo el foco para ello en cuestiones como la temática, la modalidad de relato, el léxico o la persona o colectivo sobre los que recae la acción, entre otras cuestiones. Vinculado con el anterior propósito, el O3 perseguía examinar las características formales de los bulos, por lo que se analizan la tipología de estos y las fuentes a las que se atribuyen las informaciones. Asimismo, resultaba relevante abordar la finalidad que esconden estos contenidos (O4), dato útil que permitiría realizar una aproximación al motivo por el que son creados y difundidos estos mensajes fraudulentos. Y, finalmente, el O5 aspiraba a cuantificar y categorizar las fuentes de información consultadas por los periodistas para el chequeo de los mensajes sospechosos.

4. Metodología

4.1. Método y muestra

En este estudio se ha empleado el análisis de contenido como método de investigación, dada su idoneidad para el estudio de mensajes mediáticos (Krippendorff, 1990), así como la versatilidad y flexibilidad instrumental que ofrece (Wimmer y Dominick, 1996; Igartua, 2006).

Se abordaron los bulos difundidos en España durante los cinco primeros meses del conflicto bélico

que enfrenta a Israel y Hamás. Para ello, se analizaron los *fact-checks* o verificaciones publicadas sobre este asunto por las cinco plataformas de verificación españolas certificadas por la International Fact-Checking Network (IFCN) entre el 7 de octubre de 2023 —fecha del ataque de Hamás que se saldó con 1.139 israelíes asesinados— y el 7 de marzo de 2024 (n=232), periodo que consideramos representativo para poder componer una descripción cierta del fenómeno. Las plataformas de *fact-checking* españolas pertenecientes a la IFCN seleccionadas fueron Maldita.es (n=82), Newtral (n=80), Efe Verifica (n=27), Verificat (n=1) e Infoveritas (n=42), esta última incorporada al instituto desde el 10 de noviembre de 2023.

4.2. Ficha de análisis

Todas las piezas fueron sometidas a una ficha de análisis diseñada en base a estudios previos sobre desinformación (Aparici *et al.*, 2019; Sánchez-Duarte y Magallón, 2020; Salaverría *et al.*, 2020; Blanco-Alfonso *et al.*, 2021; López-Martín *et al.*, 2022), a la que se añadieron variables *ad hoc* vinculadas con los objetivos concretos de la investigación. La ficha se estructuró en cuatro bloques:

- Información de registro. Referida a los datos útiles para la identificación de la pieza, como la entidad verificadora y la fecha de publicación.
- Análisis formal. Esta dimensión se centraba en la construcción y difusión del mensaje, e incorporaba las siguientes variables: vía de difusión (los canales a través de los cuales se diseminan los bulos: redes sociales, servicios de mensajería, medios de comunicación, páginas webs), número de vías, formato (referido al código comunicativo o soporte mediante el que se presenta el mensaje, en solitario o combinado: texto simple, fotografía, vídeo, audio, texto incrustado, infografía...), protagonista del mensaje (categorizado en personal y no personal), duración del vídeo (si la noticia lo incluía, distribuida en horquillas), ámbito geográfico, eco mediático (presencia del bulo en medios de comunicación) e hipertextualidad.
- Análisis del mensaje. Integrado por las variables relativas al apartado lingüístico e intencional del mensaje: tema (aspecto del conflicto abordado, como bombardeos, muerte de civiles, apoyos internacionales, manifestaciones y protestas o bloqueo de suministros, entre otros), fuente del relato (para la que se tomó como referencia la clasificación planteada por Salaverría *et al.* [2020]: anónima, real, suplantada y ficticia), lenguaje (que estudiaba el registro léxico: cotidiano coloquial o especializado/técnico), modalidad de relato (informativo, interpretativo u opinativo), presencia de declaraciones, tipo de bulo (de nuevo según la categorización de Salaverría *et al.* [2020]: engaño, broma, descontextualización y exageración), finalidad y dirección del ataque (contra Israel o contra Hamás o la población palestina).
- Verificación. Este último bloque examinaba la labor profesional de los *fact-checkers* en relación con el contraste de las informaciones, contemplando las fuentes consultadas y la entidad promotora del bulo (cuando, tras la labor de chequeo,

se ha logrado identificar a quien ha facturado los contenidos fraudulentos).

Una vez aplicada la ficha al corpus de la muestra, se generó una matriz de datos en el programa SPSS (V25.0) que permitió acometer el análisis estadístico descriptivo e inferencial. Para detectar la asociación entre variables se utilizó la prueba Chi-Cuadrado (χ^2), donde el nivel de confianza se fijó en el 95%. En el apartado de resultados, por cuestiones de espacio, únicamente se reflejan las relaciones significativas entre las variables de estudio. De la codificación de las piezas se encargó uno de los autores. Para calcular la fiabilidad se repitió el análisis del 10% de los bulos 11 semanas después y se obtuvieron puntuaciones de fiabilidad intracodificador que oscilaban entre 0,96 y 1 (Holsti) / 0,87 y 1 (Alfa de Krippendorff).

5. Resultados

5.1. Difusión e impacto mediático

Los resultados muestran que el flujo desinformativo sobre la guerra de Israel-Hamás se concentra principalmente durante el primer mes del conflicto, entre el 7 de octubre y el 6 de noviembre, periodo en el que se localiza el 75,9% de los bulos difundidos. Esta producción de contenidos fraudulentos disminuye de manera gradual durante los sucesivos meses —mes 2, 15,9%; mes 3, 7,3%; mes 4, 0,4%; mes 5, 0,4%—, motivado no solo por la lógica pérdida de interés informativo que provoca la continuidad en el tiempo, sino también por la irrupción de nuevos acontecimientos de calado nacional e internacional como las protestas ante la sede del PSOE, la negociación de la Ley de Amnistía o la victoria de Javier Milei como nuevo presidente de Argentina, fenómenos que fueron objeto de numerosos contenidos falsos.

Respecto a la difusión, se aprecia la multiplicidad de vías a través de las cuales se diseminan estos mensajes. Si bien en el 9,5% de los contenidos verificados no se especifica la vía de difusión, X —anteriormente Twitter— (84,1%) y Facebook (36,2%) son los canales con mayor presencia de bulos, seguidos de TikTok (21,6%). Por su parte, las aplicaciones de mensajería como WhatsApp (5,2%) o Telegram (4,7%) tienen una exigua incidencia en la propagación de contenidos desinformativos. Con un impacto nulo se localizan otras redes como Instagram (0,9%), YouTube (0,4%) o las páginas webs (0,9%). Cabe precisar que, aunque en la verificación solo se mencione una o dos vías, esto no impide que se hayan difundido a través de otros canales.

Resulta reseñable que el 7,8% de las piezas haya tenido eco mediático, si bien, salvo en contadas excepciones, estos casos responden a medios de dudosa credibilidad por sus fines claramente publicitarios o propagandísticos, como la cuenta de X *El Puntual 24H*, el rotativo online *Periodista Digital*, dirigido por Alfonso Rojo, o Canal Red, la emisora televisiva creada y dirigida por el exlíder de Podemos Pablo Iglesias.

En términos generales, el grueso de la muestra (44%) se difunde tan solo a raíz de una vía, mientras que en el 26,3% de las piezas se detectan dos canales de difusión. Menos usual resulta la diseminación simultánea a través de tres vías (16,8%) o más (3,4%).

5.2. Código comunicativo

En cuanto al formato o código comunicativo empleado para la construcción del bulo (Tabla 1), el soporte audiovisual tiene un gran protagonismo, especialmente el vídeo, presente en el 70,2% de los mensajes, con el fin de dotar de una mayor verosimilitud al mensaje. No obstante, lo más usual es la presentación de los infundios en formato vídeo acompañados de un texto explicativo en el que se contextualizan las imágenes (60,3%). Este patrón también se identifica cuando el elemento audiovisual es una fotografía (19%). Si bien estos componentes audiovisuales permiten apuntalar la (falsa) veracidad de estos mensajes, sobre todo es el texto el factor clave para la manipulación. Mediante vídeos o fotografías reales pero obtenidas en otro contexto o territorio, el relato textual permite construir un infundio que se ajuste a las imágenes. Así, se difundió en las redes sociales un vídeo procedente de una supuesta protesta masiva contra la guerra en Tel Aviv (Israel); pero, aunque las imágenes eran reales, fueron grabadas en marzo y correspondían a una protesta contra la reforma judicial de Netanyahu (*Efe Verifica*, 24 de octubre de 2023).

Tabla 1. Código comunicativo de los bulos.

Formato	Nº de bulos	Porcentaje (%)
Texto + Vídeo	140	60,3
Texto + Fotografía	44	19,0
Vídeo	23	9,9
Texto simple	17	7,3
Texto incrustado	4	1,7
Texto + Texto incrustado	3	1,3
Texto + Infografía	1	0,4
Total	232	100,0

Fuente: elaboración propia.

Rasgos similares muestran los bulos presentados solo mediante vídeos (9,9%); en estos casos, suele incorporarse el texto en la proyección y no como elemento independiente. Por su parte, el texto simple o cadenas de mensaje tiene una incidencia reducida (7,3%) y suele localizarse en los bulos difundidos a través de las aplicaciones de mensajería. A pesar de la dificultad de edición que implica durante el proceso de difusión, el texto incrustado en imágenes —de aspecto similar a los denominados pantallazos— también presenta una incidencia moderada.

En cuanto a la extensión de los vídeos, la mayoría suele presentar una duración inferior a 30 segundos (61,8%) y, predominantemente, de entre 11 y 20 segundos (26,4%). No obstante, una notable proporción tiene una duración superior al minuto, aunque inferior a los dos minutos (16,4%), umbral solo superado por el 6,4% de los vídeos localizados.

5.3. Tema y protagonista del mensaje

Atendiendo al tema (tabla 2), se infiere que los mensajes referidos a la muerte de civiles (21,6%)

constituyen el asunto central sobre el que se configura el entramado desinformativo del conflicto. Entre ellos, se localizan informaciones ficticias referidas a la supuesta ejecución de 78 israelíes homosexuales, la decapitación de rehenes en Gaza, el asesinato masivo de 614 niños palestinos o el ataque de Hamás a una mujer israelí embarazada. En menor medida, las informaciones sobre bombardeos a ciudades (15,9%), las posibles ayudas o apoyos internacionales (13,8%) y las declaraciones de políticos o personalidades posicionándose acerca del conflicto (12,9%) constituyen temas recurrentes en torno a los que se construyen los bulos. Se detectan contenidos fraudulentos en los que se ven implicados personalidades y políticos como Xavi Hernández, Joan Manuel Serrat, Carlos Vives, Yolanda Díaz, Isabel Díaz Ayuso, Bella Hadid, Ione Belarra, Santiago Abascal, Messi o Cristiano Ronaldo, entre otros. En cuanto a los apoyos internacionales o diplomáticos, estos mensajes ponen el foco predominantemente en Estados Unidos y, en menor medida, la Unión Europea, Ucrania, Rusia o Egipto, llegando a deslizar en algún caso la idea de una hipotética III Guerra Mundial a raíz de la entrada en el conflicto de Estados Unidos y Rusia. Una tasa levemente inferior registran los bulos sobre manifestaciones o protestas acaecidas en distintos puntos del mundo en contra de la guerra. A estos cinco temas mencionados se adscribe el 76,3% de la muestra.

Tabla 2. Tema de los bulos.

Tema	Nº de bulos	Porcentaje (%)
Muerte y ataque a civiles	50	21,6
Bombardeos	37	15,9
Ayudas/apoyos internacionales	32	13,8
Declaraciones de políticos/personalidades	30	12,9
Manifestaciones/Protestas	28	12,1
Detenciones/Rehenes	10	4,3
Presencia militar/Control de zonas	9	3,9
Acciones de los líderes del conflicto	7	3,0
Bloqueo de suministros	5	2,2
Ataques entre ejércitos	4	1,7
Muerte y ataque a militares	4	1,7
Otros	16	6,9
Total	232	100,0

Fuente: elaboración propia.

En relación con los bulos sobre ataques, muertes o detenciones, se aprecia cierta divergencia en cuanto a la intencionalidad o presencia de ambos

contendientes: son mayoritarios los contenidos fraudulentos referidos a las supuestas ofensivas de Israel sobre Gaza (59,1%) frente a los mensajes en los que la ofensiva bélica procede de Hamás (40,9%).

Respecto al protagonista del mensaje, como se refleja en la tabla 3, la mayoría de las piezas presenta un carácter personal al centrarse en acciones acometidas por el ejército o efectivos militares (28%). A esta categoría se adscriben principalmente los bulos referidos a los ataques y bombardeos; por ejemplo, el infundio sobre el lanzamiento de bombas de fósforo blanco de Israel sobre Gaza (*Infoveritas*, 16 de octubre de 2023) o el vídeo en el que supuestamente se confirmaba que la masacre en el hospital de Gaza en octubre de 2023 respondía a un “misil desviado” de Hamás (*Newtral*, 18 de octubre de 2023).

Tabla 3. Protagonista de los bulos.

Protagonista	Nº de bulos	Porcentaje (%)
Ejército/Militar	65	28,0
Aglomeraciones	44	19,0
Gobierno/Ministerio	43	18,5
Persona anónima	41	17,7
Famoso	17	7,3
Político	4	1,7
Experto	3	1,3
Ciudad/Territorio	2	0,9
Empresa/Institución	2	0,9
Otros	11	4,7
Total	232	100,0

Fuente: elaboración propia.

Ligeramente inferior es la tasa de incidencia de desinformación protagonizada por alguna persona anónima (17,7%) o aglomeraciones –grupos de dos o más individuos– (19%), cuyos mensajes corresponden a los ataques o muertes de civiles, así como a las manifestaciones contra la guerra. Del mismo modo, son reseñables las piezas protagonizadas por representantes del Gobierno (18,5%). Si bien se detectan mensajes en las que la acción recae sobre los líderes del conflicto –por ejemplo, en el que se asegura que Netanyahu declaró que Israel estaba preparando una bomba nuclear (*Efe Verifica*, 20 de octubre de 2023)–, en esta categoría se sitúan preponderantemente los bulos referidos a apoyos o declaraciones por parte de representantes gubernamentales internacionales.

5.4. Léxico y finalidad

Del examen del aparato lingüístico se observa que en la totalidad de las piezas se emplea un lenguaje cotidiano, alejado de tecnicismos o jergas especializadas, aspecto que facilita la comprensión de los mensajes y, por tanto, amplifica su posible proyección y difusión. A ello contribuye el empleo de una

modalidad del discurso eminentemente informativa (72%), lo que dota al relato de mayor apariencia de veracidad y neutralidad. Frente a esto, son escasos los bulos en los que se detecta un estilo interpretativo (17,2%) u opinativo (10,8%). Asimismo, se aprecia una tendencia mayoritaria a no incluir testimonios en el relato (82,8%).

Por su parte, se extrae que estos bulos tienen sobre todo un propósito ideológico (68,1%); esto se refiere a que los mensajes pretenden condicionar la opinión pública sobre la guerra con informaciones falsas sobre su desarrollo. En relación con esto, se contabilizan piezas con un claro fin desacreditador (12,5%). El relato de estas se configura en torno a supuestos entramados propagandísticos de Israel y Hamás para ofrecer al mundo una imagen de mayor vulnerabilidad. Algunos bulos adscritos a esta categoría son las imágenes de unos jóvenes de los que se asegura que son actores fingiendo ser víctimas palestinas, cuando en realidad corresponden a una secuencia extraída de un cortometraje libanés (*Efe Verifica*, 16 de noviembre de 2023), así como unas imágenes de un menor envuelto en un sudario blanco chateando con el teléfono móvil que atribuyen a una víctima palestina, pero procede de un concurso de disfraces en Tailandia (*Newtral*, 30 de octubre de 2023). Otro ejemplo es el vídeo de unos palestinos que portan el cuerpo yacente de un niño asesinado por Israel, el cual “resucita” cuando suenan sirenas, saliendo todos corriendo a continuación; estas imágenes no corresponden a la guerra, sino al intento de unos jóvenes jordanos por saltarse el confinamiento en 2020, durante la pandemia de Covid-19 (*Maldita.es*, 24 de octubre de 2023). La mayoría de estos bulos van acompañados de la etiqueta “Pallywood”, acrónimo de Palestina y Hollywood.

Con una finalidad económica se contabilizan un 6,9% de piezas. En ellas se involucra a personalidades –Joan Manuel Serrat, Borja Iglesias o Bella Hadid– o a empresas como Zara, para quienes la difusión del mensaje podría perjudicar económica, publicitaria o laboralmente. Una incidencia similar presentan los bulos con un fin político (6,5% de casos), concebidos para menoscabar la imagen de personalidades o instituciones del panorama político, como las falsas declaraciones de Yolanda Díaz mostrando el apoyo de Sumar a Hamás (*Infoveritas*, 11 de octubre de 2023). En algunos casos, los mensajes exhiben cierta dualidad de propósitos; en este sentido, destacan los bulos con fin humorístico (1,3%), al que se adscribe, por ejemplo, el bulo que apunta que la presidenta madrileña, Isabel Díaz Ayuso, ha propuesto al primer ministro israelí para el Premio Nobel de la Paz (*Maldita.es*, 5 de diciembre de 2023). Finalmente, se localizan piezas que aspiran a sembrar el pánico entre la población, en las que el relato se articula en torno a hipotéticas situaciones como la III Guerra Mundial, el lanzamiento de una bomba nuclear o el corte del suministro global de gas; su incidencia es, en cualquier caso, limitada (3,4% de la muestra).

El análisis de las fuentes demuestra que la tendencia predominante es la de no identificar la procedencia de los datos (74,6%), por lo que la información no viene respaldada por ninguna persona o institución. Menos frecuentes son las piezas en las que se identifican fuentes suplantadas (13,4%) y reales (11,2%). Respecto a las primeras, corresponden

a los contenidos en las que se falsifica la identidad de alguna persona física o jurídica. En este sentido, resulta habitual la suplantación de medios de comunicación —BBC, *The Wall Street Journal*, CNN—, políticos y representantes gubernamentales —Vladimir Putin, Joe Biden o Benjamin Netanyahu— o *celebrities* —Messi, Bella Hadid, Joan Manuel Serrat— a los que se les atribuye un contenido falso.

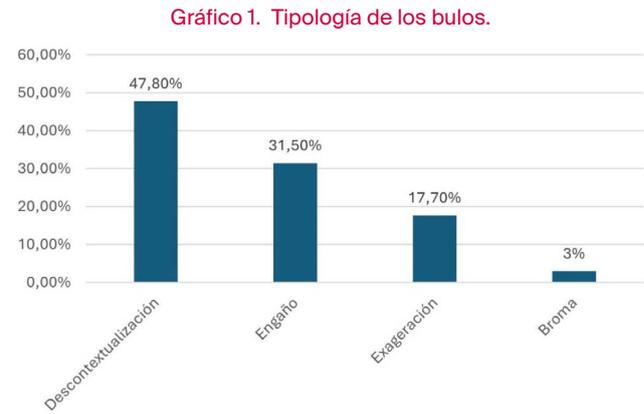
En cuanto a las fuentes reales, son aquellos contenidos desinformativos lanzados por alguna persona física u organización que se identifica correctamente en el mensaje. En estos casos, suele detectarse un fin ideológico y/o político en las piezas. Ejemplos de ello son los bulos lanzados por, entre otros, *El Puntual 24H*, como aquel en el que se afirmaba que Netanyahu había expulsado a Pedro Sánchez de una reunión (*Maldita.es*, 27 de noviembre de 2023). Uno de los más llamativos es la acusación, a través de la cuenta oficial de X del Gobierno israelí, de que Hamás estaba simulando un mayor número de víctimas del conflicto por medio de muñecos (*Newtral*, 19 de octubre de 2023). Por su parte, es mínima la presencia de piezas apoyadas en fuentes ficticias (0,9%).

5.5. Tipo de bulo

En cuanto a la tipología de los bulos (gráfico 1), predominan las manipulaciones o descontextualizaciones (47,8%). Estos son mensajes en los que se muestran hechos o declaraciones reales pero enmarcados en un contexto tergiversado. Esta modalidad está frecuentemente ligada a los mensajes en formato audiovisual: utilizan una imagen o vídeo de otra guerra, protesta o suceso y construyen un relato falso en torno a él. Por ejemplo, el bulo en el que se muestra una supuesta manifestación en Francia a favor de Palestina, para lo que se emplean imágenes de la previa de un partido de fútbol celebrado en Brasil (*Infoveritas*, 6 de noviembre de 2023), o la supuesta noticia en la que se informaba del arresto de “generales israelíes” con un vídeo que correspondía a la detención de líderes separatistas de la región del Alto Karabaj a manos del Servicio de Seguridad de Azerbaiyán (*Maldita.es*, 9 de octubre de 2023).

El 31,5% de la muestra se engloba en la categoría de engaños, es decir, falsificaciones integrales de los mensajes. En esta modalidad destacan las creaciones surgidas a partir de aplicaciones de inteligencia artificial y videojuegos de guerra, como la fotografía generada con IA de un hombre sacando a cinco niños de unos escombros (*Infoveritas*, 2 de noviembre de 2023) o el bulo en el que se da cuenta del supuesto derribo de un helicóptero israelí en Gaza usando una grabación del videojuego “Arma 3” (*Newtral*, 9 de octubre de 2023).

Por su parte, las exageraciones (17,7%) constituyen hechos reales que traspasan los límites de lo verdadero. Este sería, por ejemplo, el caso del bulo sobre una manifestación a favor de Palestina en India en el que se afirmaba que los participantes portaban erróneamente banderas italianas; sin embargo, las enseñas que ondeaban correspondían a la del Partido de Bienestar de la India, con los mismos colores que la italiana, pero con un símbolo distinto (*Newtral*, 22 de octubre de 2023). Finalmente, la modalidad de la broma (3%) hace referencia a la desinformación con un fin burlesco o satírico.



Fuente: elaboración propia.

La prueba chi-cuadrado permite identificar una relación significativa entre el tipo de bulo y la presencia de declaraciones en el relato [$\chi^2(3, N=232)=28,216, p<0,05$], ya que los contenidos fraudulentos en los que se incluyen testimonios suelen corresponder a mensajes de invención absoluta —engaños—.

5.6. Verificación

Para el contraste de las informaciones, los *fact-checkers* recurren preponderantemente a herramientas digitales (89,2%). Entre ellas, destaca el notable protagonismo de recursos destinados al análisis de imágenes y búsqueda visual, como InVID, TinEye o Google Lens, los motores de búsqueda y almacenamiento de datos como Yandex o Hive, o el repositorio de páginas webs Wayback Machine. Del mismo modo, resulta una práctica habitual la búsqueda inversa de Google y la utilización de herramientas de geolocalización como Google Maps o Google Earth. En menor medida, como se refleja en la tabla 4, los periodistas verificadores suelen recurrir a fuentes mediáticas (71,6%), habitualmente cabeceras o cadenas de referencia en el territorio al que se refiere el bulo. Las redes sociales se demuestran fuentes útiles para el seguimiento de la desinformación con el fin de contrastar los mensajes (40,1%), así como asociaciones u organizaciones (25,9%) vinculadas al hecho relatado. La categoría de otras fuentes (22,4%) se concreta principalmente en el rastreo de información a través de palabras clave.

Tabla 4. Fuentes empleadas por los *fact-checkers*.

Fuente	Nº de bulos	Porcentaje (%)
Recursos o herramientas digitales	207	89,2
Medios de comunicación/ periodistas	166	71,6
Redes sociales	93	40,1
Asociaciones, ONG, sindicatos u organizaciones	60	25,9
Gubernamental	39	16,8
Empresarial	17	7,3

Fuente	Nº de bulos	Porcentaje (%)
Fuerza de seguridad o sanitario	14	6,0
Famosos	13	5,6
Académica/experta	8	3,4
Política –no gubernamental–	8	3,4
Leyes	1	0,4
Otra	52	22,4

Fuente: elaboración propia.

El análisis refleja la multiplicidad de fuentes empleadas para el contraste de las informaciones. Para acometer el *fact-checking* del 64,7% de la muestra los periodistas recurren a más de dos fuentes de distinta naturaleza. La práctica más frecuente es la utilización de tres fuentes informativas (35,8%). Por debajo de esta media, se contabiliza el 21,6% de los verificados, para los que se han recurrido a dos fuentes, mientras que en el 13,8% de los casos tan solo han requerido de una fuente.

Finalmente, se comprueba que, tras el proceso de *fact-checking*, solo se logra identificar el origen o autoría del 17,7% de los contenidos fraudulentos. La mayoría procede de cabeceras dedicadas al *clickbait*, perfiles falsos o *trolls* en redes sociales o cuentas interesadas como un canal de Telegram prorruso generador de varios bulos durante el conflicto: por ejemplo, el que aseguraba que el Gobierno ucraniano estaba vendiendo armas a Hamás (*Efe Verifica*, 13 de octubre de 2023).

6. Discusión y conclusiones

El presente estudio, referido a los bulos difundidos en España durante los primeros cinco meses de la guerra entre Israel y Hamás, ha permitido profundizar con datos empíricos en el fenómeno de la desinformación bélica. Lo primero que se ha constatado es el elevado interés suscitado por el conflicto, como pone de manifiesto el volumen de bulos registrado, especialmente durante el primer mes de enfrentamientos, como ocurrió con la guerra de Ucrania (García-Marín y Salvat-Martinrey, 2023; Magallón-Rosa *et al.*, 2023).

Atendiendo a las vías de difusión de los bulos (O1), X, seguida de Facebook y TikTok, son los principales canales a través de los que se diseminan estos mensajes. A la luz de hallazgos previos (cf. Salaverría *et al.*, 2020; García-Marín y Salvat-Martinrey, 2023; López-Martín *et al.*, 2023; Ruiz-Incertis *et al.*, 2024), se infiere que el flujo desinformativo en la red social propiedad de Elon Musk ha aumentado en el último trienio, lo que contrasta, en líneas generales, con la menor presencia de mensajes registrados en otros canales –especialmente en las aplicaciones de mensajería–, a excepción de TikTok, en el que parece circular cada vez una mayor cantidad de contenidos fraudulentos (Hoai-Lan y Minh-Tung, 2024). Por su parte, es reducida la tasa de bulos que logra eco mediático, y menos aún aquellos difundidos por

medios de comunicación de referencia. Aunque en estos casos se percibe una mala praxis periodística –probablemente motivada por la falta de tiempo para la correcta verificación de la información (Herrero-Diz *et al.*, 2022)–, el grueso de estas publicaciones aparece en medios dedicados al *clickbait* o de fines propagandísticos.

Con respecto a la construcción del discurso (O2), lo más habitual es el texto complementado con recursos audiovisuales, predominantemente vídeos de breve duración. Atendiendo a otros estudios sobre bulos (Salaverría *et al.*, 2020; López-Martín *et al.*, 2023; Ruiz-Incertis *et al.*, 2024), se percibe un mayor uso del vídeo, cuyo recurso adquiere especial relevancia para desinformar sobre este conflicto y dotar a los bulos de una mayor verosimilitud (cf. Reza y Sunvy, 2023). Para ello se recurre a vídeos procedentes de otras guerras, grabaciones de videojuegos o, en menor medida, generados con inteligencia artificial. Esto iría en la línea con lo planteado por Rodríguez-Tranche (2019), quien apunta que en los conflictos bélicos los elementos audiovisuales permiten dotar de una mayor fuerza a la manipulación (Fernández-Castrillo y Ramos-Vera, 2023).

Los mensajes analizados se configuran en torno a un extenso repertorio temático, en el que cabe destacar las acciones o consecuencias de los enfrentamientos en las áreas implicadas (muertes de civiles y bombardeos). La mayoría de los mensajes ponen en el foco a Israel, pues principalmente se refieren a ofensivas israelíes contra Gaza. El protagonismo corresponde a los combatientes de ambos bandos, aunque también se registran bulos relativos a concentraciones de ciudadanos o personas anónimas.

Otro rasgo que podría apuntalar la verosimilitud del mensaje y su capacidad expansiva es el empleo de un lenguaje cotidiano y una modalidad del discurso eminentemente informativa, carente de interpretaciones u opiniones del emisor.

Por otra parte, y como perseguía el O3, se observa un patrón definido en cuanto a los rasgos formales de las piezas, caracterizadas por la ausencia de fuentes y la narración de hechos o declaraciones reales pero enmarcados en un contexto falso. Esto último suele registrarse en la desinformación sobre conflictos armados (cf. García-Marín y Salvat-Martinrey, 2023; Magallón-Rosa *et al.*, 2023), pero no en otros ámbitos temáticos (López-Martín *et al.*, 2023; Ruiz-Incertis *et al.*, 2024). Si bien la preponderancia de fuentes anónimas se demuestra una constante del fenómeno de la desinformación (Pérez-Curiel y Velasco-Molpeceres, 2020; Gutiérrez-Coba *et al.*, 2020), no por ello deja de ser reseñable la difusión lograda por estos contenidos fraudulentos pese a la no identificación de su procedencia. No obstante, también se constata una práctica habitual, la suplantación de identidades, principalmente de medios de comunicación o *celebrities*, aprovechando el prestigio o relevancia de estas para apuntalar la credibilidad de los mensajes.

El objetivo cuatro (O4) pretendía identificar la finalidad de los bulos, que se demuestra eminentemente ideológica. La indiscutible prominencia de este propósito parece común a otros desórdenes desinformativos (Gutiérrez-Coba *et al.*, 2020; Herrero-Diz *et al.*, 2020). Aun así, también se contabilizan mensajes en los que se persigue desacreditar a alguno

de los dos bandos, menoscabar la imagen de algún político o famoso, o sembrar el pánico; entre estos últimos, alguno de los más eficaces son aquellos mensajes en los que se desliza la idea de una inminente III Guerra Mundial. Todos ellos son rasgos que se asemejan en gran medida al flujo desinformativo registrado en otros contextos bélicos (cf. Susska *et al.*, 2022; García-Marín y Salvat-Martinrey, 2023).

En relación con la labor de los *fact-checkers* (O5), se aprecia que mayoritariamente recurren a herramientas digitales para el contraste de los bulos. Se contabiliza un amplio repertorio de recursos, como motores de búsqueda y repositorios digitales, herramientas de análisis y búsqueda visual, bases de páginas webs o recursos de geolocalización, lo que permite inferir la alta cualificación que precisan los profesionales de la verificación. Asimismo, se percibe una penetración progresiva de las herramientas digitales en el ejercicio profesional de los *fact-checkers* (Blanco-Alfonso *et al.*, 2021; López-Martín *et al.*, 2023).

Como principal limitación de este trabajo, cabe mencionar la circunscripción de la muestra a los bulos analizados por las cinco plataformas de *fact-checking* seleccionadas: es muy probable que el número real de desinformación difundida en España sobre la guerra de Israel-Hamás sea mayor. Para futuros estudios, sería interesante examinar el impacto de los bulos en la sociedad española, así como la penetración y utilización de la IA para la construcción de contenidos fraudulentos —ya vislumbrado levemente en la presente investigación—, lo que contribuiría a enriquecer la literatura científica sobre el fenómeno de la desinformación en el ámbito hispanohablante. La proliferación de contenidos falsos vinculados a conflictos resulta, cuanto menos, preocupante dados los sesgos negativos que estos mensajes generan con facilidad entre los ciudadanos y el impacto pernicioso que pueden tener, incluso, para el propio sistema democrático (Bennet y Livingston, 2018; Valverde-Berrocoso *et al.*, 2022).

7. Referencias bibliográficas

- Aparici, R., García-Marín, D., y Rincón-Manzano, L. (2019). Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán. *Profesional de la Información*, 28(3), e280313. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.13>
- Aral, S. (2023). The changing face of Russia's information war against Ukraine and other democratic countries. *Security and defence quarterly*, 41(1), 88-96. <https://doi.org/10.35467/sdq/156264>
- Bastos, M.T., y Mercea, D. (2017). The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news. *Social Science Computer Review*, 37(1), 38-54. <https://doi.org/10.1177/089443917734157>
- Bennet, W., y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communicative and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Blanco-Alfonso, I., Chaparro-Domínguez, M.Á., y Repiso, R. (2021). El fact-checking como estrategia global para contener la desinformación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 779-791. <https://doi.org/10.5209/esmp.76189>
- Brandtzaeg, P.-B., Følstad, A., y Chaparro-Domínguez, M.-Á. (2017). How journalists and social media users perceive online fact-checking and verification services. *Journalism Practice*, 12(9), 1.109-1.129. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1363657>
- Caballo-Méndez, D., y De-Santiago-Mateos, M.-Á. (2021). Fotoperiodismo y 'fake news'. Orígenes y tipos de manipulación de la imagen: el caso de la Agencia EFE. *Cuadernos de documentación multimedia*, 32, e80836. <https://doi.org/10.5209/cdmu.80836>
- Cárdenas-Rica, M. L., Mancinas-Chávez, R., y Figueero-Benítez, J. C. (2022). Transparencia pública para la verificación de datos. El caso de Maldito Dato (Maldita.es). *Textual y Visual Media*, 16, 22-43. <https://doi.org/10.56418/txt.16.2022.002>
- Cazalens, S., Lamarre, P., Leblay, J., Manolescu, I., y Tannier, X. (2018). A content management perspective on fact-checking. En: *WWW'18 Companion: The 2018 Web Conference Companion*. <https://doi.org/10.1145/3184558.3188727>
- Cicurel, A. (2023). The other front of Israel's war: Disinformation operations by Hamas. Jewish Institute for National Security of America. <https://bit.ly/4aszCGI>
- Comisión Europea (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent high level group on fake news and online disinformation*. Comisión Europea. <https://bit.ly/3wluwl8>
- Cotino, L. (2022). Quién, cómo y qué regular (o no regular) frente a la desinformación. *Teoría y Realidad Constitucional*, (49), 199-238. <https://bit.ly/44MW8s2>
- Fernández-Castrillo, C., y Ramos-Vera, C. (2023). Social web and photojournalism: user-generated content of the Russo-Ukrainian war. *Comunicar*, (77), 85-96. <https://doi.org/10.3916/C77-2023-07>
- Freelon, D., y Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), 145-156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- García-Marín, D., y Salvat-Martinrey, G. (2022). Tendencias en la producción científica sobre desinformación en España. Revisión sistematizada de la literatura (2016-2021). *AdComunica*, (23), 23-50. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6045>
- García-Marín, D., y Salvat-Martinrey, G. (2023). Desinformación y guerra. Verificación de las imágenes falsas sobre el conflicto ruso-ucraniano. *ICONO* 14, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1943>
- García-Marín, D., Rubio-Jordán, A.-V., y Salvat-Martinrey, G. (2023). Chequeando al fact-checker. Prácticas de verificación política y sesgos partidistas en Newtral (España). *Revista de Comunicación*, 22(2). <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3184>
- Graves, L., y Cherubini, F. (2016). *The rise of factchecking sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/3vmWdFD>
- Gutiérrez-Coba, L., Coba-Gutiérrez, P., y Gómez-Díaz, J. (2020). Las noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19. *Revista Latina de comunicación social*, (78), 237-264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>

- Herrero, E., y Herrera-Damas, S. (2021). El fact-checker en español alrededor del mundo: Perfil, similitudes y diferencias entre verificadores hispanohablantes. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (54), 49-77. <http://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e725>
- 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://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1509>
- Herrero-Diz, P., Pérez-Escolar, M., y Varona, D. (2022). Competencias de verificación de contenidos: una propuesta para los estudios de Comunicación. *Revista de Comunicación*, 21(1), 231-249. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A12>
- Hoai-Lan, D., y Minh-Tung, T. (2024) Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2302216. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2302216>
- Ibitowa, P. (2022). Information warfare, propaganda and the manipulation of opinion in times of conflict: the case of the Russia-Ukraine war. *International journal for multidisciplinary research*, 4(6). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2022.v04i06.1121>
- Igartua, J.J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Lakhani, M. (2023). Fighting Disinformation in the Palestine Conflict. *Al Misbah Research Journal*, 3(6), 2-13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10456052>
- Lee, J., Kim, J.-W., y Lee, H.-Y. (2022). Unlocking conspiracy belief systems: How fact-checking label on Twitter counters conspiratorial MMR vaccine misinformation. *Health Communication*, 38(9), 1.780-1.792. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2031452>
- López-Martín, Á., Gómez-Calderón, B., y Córdoba-Cabús, A. (2021). Desinformación y verificación de datos. El caso de los bulos sobre la vacunación contra la Covid-19 en España. *RISTI*, (E45), 431-443. <https://bit.ly/43jj4yq>
- López-Martín, Á., Gómez-Calderón, B., y Córdoba-Cabús, A. (2023). La desinformación, en auge: un análisis de los bulos sobre política española. *Visual Review*, 10(núm. especial), 1-12. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4596>
- Magallón-Rosa, R. (2019). Desinformación en campaña electoral. *Telos*. <https://bit.ly/3UN5FuL>
- Magallón-Rosa, R., Fernández-Castrillo, C., y Garriga, M. (2023). Fact-checking in war: Types of hoaxes and trends from a year of disinformation in the Russo-Ukrainian war. *Profesional de la información*, 32(5), e320520. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.20>
- Maharani, N.A. (2024). Social media as a primary source of information: Exploring its role in disseminating the current situation in Palestine. *Gema Wiralodra*, 15(1), 275-281. <https://bit.ly/49KbuPT>
- Míguez-González, M.-I., Martínez-Rolán, X., y García-Mirón, S. (2023). From disinformation to fact-checking: How Ibero-American fact-checkers on Twitter combat fake news. *Profesional de la Información*, 32(1), e320110. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.10>
- Morani, M., Cushion, S., Kyriakidou, M., y Soo, N. (2022). Expert voices in the news reporting of the coronavirus pandemic. *Journalism*, 23(12). <https://doi.org/10.1177/14648849221127629>
- Morejón-Llamas, N., Martín-Ramallal, P., y Micalotto-Belda, J.-P. (2022). Twitter content curation as an antidote to hybrid war during Russia's invasion of Ukraine. *Profesional de la información*, 31(3), e310308. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>
- Moreno-Castro, C., Vengut-Climent, E., Cano-Orón, L., y Mendoza-Poudereux, I. (2020). Estudio exploratorio de los bulos difundidos por WhatsApp en España para prevenir o curar la COVID-19. *Gaceta sanitaria*, 35(6), 534-541. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.07.008>
- Nanjundaswamy-Vasist, P., Chatterjee, D., y Krishnan, S. (2023). The Polarizing Impact of Political Disinformation and Hate Speech. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-023-10390-w>
- 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. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>
- Pérez-Escolar, M., Lilleker, D., y Tapia-Frade, A. (2023). A systematic literatura review of the phenomenon of disinformation and misinformation. *Media and Communication*, 11(2). <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6453>
- Pretel, E.A., y Alamillos, A. (17 de octubre de 2023). España es el primer país europeo señalado por Israel y el Gobierno responde: "Hay libertad de expresión". *El Confidencial*. <https://bit.ly/4bl1mrj>
- Primig, F. (2024). The Influence of Media Trust and Normative Role Expectations on the Credibility of Fact Checkers. *Journalism Practice*, 18(5), 1.137-1.157. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2080102>
- Reuters Institute (2023). *Digital News Report*. <https://bit.ly/3PmjPRN>
- Reza, R., y Sunvy, A. S. (2023). The role of fact-checking sites during the Israel-Palestine conflict. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 16(2), 95-105. <https://doi.org/10.31315/ijcs.v16i2.11272>
- Rodríguez-Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. <http://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Rodríguez-Tranche, R. (2019). *La máscara sobre la realidad. La información en la era digital*. Alianza.
- Ruiz-Incertis, R., Sánchez-del-Vas, R., y Tuñón-Navarro, J. (2024). Análisis comparado de la desinformación difundida en Europa sobre la muerte de la reina Isabel II. *Revista de Comunicación*, 23(1), 507-534. <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3426>
- Sádaba, C. y Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

- 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. *Profesional de la Información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez-Duarte, J.M., y Magallón-Rosa, R. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*, (S1), 31-41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Shahi, G. K., Jaiswal, A. K., y Mandl, T. (2024). Fake-Claim: A multiple platform-driven dataset for identification of fake news on 2023 Israel-Hamas war. *Arxiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2401.16625>
- Sidorenko-Bautista, P., Alonso-López, N., y Giacometti, F. (2021). Fact-checking in TikTok. Communication and narrative forms to combat misinformation. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 87-113. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1522>
- Soo, N., Morani, M., Kyriakidou, M., y Cushion, S. (2023). Reflecting party agendas, challenging claims: An analysis of editorial judgements and factchecking journalism during the 2019 UK general election campaign. *Journalism Studies*, 24(4), 460-478. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2169190>
- Stănescu, G. (2023). Informational War: Analyzing False News in the Israel Conflict. *Social Science and Education Research Review*, 10(2), 307-310. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5281>
- Suau, J., y Puertas-Graell, D. (2023). Disinformation narratives in Spain: reach, impact and spreading patterns. *Profesional de la Información*, 32(5), e320508. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.08>
- Susska, O., Chernii, L., y Sukharevska, H. (2022). Media as a tool of manipulative technology of Russian infoaggression in the Ukrainian media space. *Journal of interdisciplinary research*, 12(01-25), 228-233. <https://bit.ly/4ae2nXz>
- Tandoc, E.C., Lim, Z.W., y Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tandoc, E.C., Thomas, R.J., y Bishop, L. (2021). What is (fake) news? Analyzing news values (and more) in fake stories. *Media and Communication*, 9(1), 110-119. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3331>
- Ufarte-Ruiz, M.-J., Peralta-García, L., y Murcia-Verdú, F.-J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *Profesional de la Información*, 27(4), 733-741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Valverde-Berrocoso, J., González, A., y Acevedo, J. (2022). Disinformation and multiliteracy: A systematic review of the literature. *Comunicar*, 30(70), 97-110. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>
- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, Á., y López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *Profesional de la Información*, 28(3), e280301. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vinhas, O., y Bastos, M. (2022). Fact-checking misinformation: Eight notes on consensus reality. *Journalism Studies*, 23(4), 448-468. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2031259>
- Vosoughi, S., Roy, D., y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1.146-1.151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wimmer, R.D., y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Yarova, A. (2023). Thematic patterns of Russian disinformation. *Baltic journal of legal and social sciences*, 4, 158-165. <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2022-4-19>
- Zawadzki, T. (2022). Examples of Russian information war activity at the beginning of Ukrainian crisis. *International conference: Knowledge-based organization*, 28(1), 146-150. <https://doi.org/10.2478/kbo-2022-0023>

Álvaro López-Martín. Doctorando del programa de Doctorado en Educación y Comunicación Social y beneficiario de una Ayuda de Formación del Profesorado Universitario (FPU) otorgado por el Ministerio de Universidades. Graduado en Periodismo (2018) y máster en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa (2019) —ambos con Premio Extraordinario— por la Universidad de Málaga, de cuyo Departamento de Periodismo fue becario de Colaboración y de Iniciación a la Investigación del Plan Propio de la UMA. En el apartado profesional, ha trabajado y colaborado en diversos medios locales de Málaga. Es autor de más de 40 trabajos científicos repartidos entre artículos, capítulos de libros y ponencias recogidas en actas de congresos. También ha defendido más de 65 comunicaciones en congresos internacionales y ha realizado una estancia de investigación en la Universidad de Viena. Ha participado en un proyecto nacional de I+D+I y forma parte del grupo de investigación GEPYC. Sus líneas de investigación se centran en periodismo especializado, noticias falsas, verificación, rutinas profesionales, prácticas educativas y redes sociales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7871-2137>

Alba Córdoba-Cabús. Doctora en Educación y Comunicación Social por la Universidad de Málaga (2023), con calificación de Sobresaliente y menciones Cum Laude e Internacional. Contratada posdoctoral en la Universidad de Málaga, acreditada a Contratada Doctora por la ANECA. Disfrutó de una FPU concedida por el Ministerio y fue becaria de colaboración. Cuenta con el Grado en Periodismo y un Máster en Investigación, ambos con Premio Extraordinario. Ha publicado más de una veintena de artículos en revistas de alto impacto como *Comunicar*, *El Profesional de la Información* o *Icono 14*. A estos se suman cerca de 50 capítulos de libro en editoriales indexadas en SPI como Dykinson, Fragua o Tirant lo Blanch y más de 60 comunicaciones en congresos internacionales. Ha sido miembro del comité científico y de organización de más de una decena de congresos internacionales y es revisora de revistas científicas de reconocido

prestigio como *Journalism*. Asimismo, realizó una estancia de investigación financiada por el ministerio en la Universidad de Viena, cuyo Departamento de Comunicación está considerado uno de los mejores del mundo (13º Shanghai). En 2021 obtuvo el Premio al Profesorado de la Universidad de Málaga. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3519-0583>