

Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19

Disinformation in times of pandemic: typology of hoaxes on Covid-19

Ramón Salaverría; Nataly Buslón; Fernando López-Pan; Bienvenido León; Ignacio López-Goñi; María-Carmen Erviti

Cómo citar este artículo:

Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio; Erviti, María-Carmen (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290315.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Artículo recibido el 14-05-2020
Aceptación definitiva: 21-05-2020



Ramón Salaverría ✉

<http://orcid.org/0000-0002-4188-7811>

Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación
Departamento de Proyectos Periodísticos
31009 Pamplona, España
rsalaver@unav.es



Nataly Buslón

<http://orcid.org/0000-0002-3722-285X>

Barcelona Supercomputing Center (BSC)
Life Sciences Department
Social Link Analytics Life Sciences Group
Jordi Girona, 31. Torre Girona
08034 Barcelona, España
nataly.buslon@bsc.es



Fernando López-Pan

<http://orcid.org/0000-0002-2035-3431>

Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación
Departamento de Proyectos Periodísticos
31009 Pamplona, España
lopezpan@unav.es



Bienvenido León

<http://orcid.org/0000-0001-8556-9367>

Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación
Departamento de Proyectos Periodísticos
31009 Pamplona, España
bleon@unav.es



Ignacio López-Goñi

<https://orcid.org/0000-0002-3873-8743>

Universidad de Navarra
Facultad de Medicina
Departamento de Microbiología y
Parasitología
Irunlarrea, 1. 31009 Pamplona, España
ilgoni@unav.es



María-Carmen Erviti

<https://orcid.org/0000-0003-1588-0955>

Universidad de Navarra
ISSA School of Management Assistants
31009 Pamplona, España
mcerviti@unav.es

Financiación

Los resultados de este artículo corresponden al proyecto RRSSalud ("Dinámicas de difusión en redes sociales de noticias falsas sobre salud", 2020-2022), financiado por la Fundación BBVA en su convocatoria 2019 de Ayudas a Equipos de Investigación Científica en el área de Economía y Sociedad Digital.

Resumen

Se presenta un análisis de contenido de todos los bulos (N=292) relacionados con la pandemia Covid-19 identificados por las tres plataformas de verificación acreditadas en España, durante el primer mes del estado de alarma decretado por el Gobierno (14 marzo 2020 – 13 abril 2020). El estudio muestra que los bulos sobre el coronavirus fueron diseminados principalmente en las redes sociales y, entre ellas, sobre todo en las cerradas, como la aplicación móvil de mensajería *WhatsApp*. También detecta las particularidades formales y de contenido más frecuentes de los contenidos falsificados. Los resultados revelan que la pandemia, además de generar un gran número de bulos sobre salud y ciencia, casi un tercio de la muestra, también propició la difusión de numerosos contenidos falsos de tema político y gubernamental. El artículo explora los formatos, fuentes y territorios de procedencia de los bulos. Más allá de sus resultados empíricos, este estudio realiza contribuciones teóricas en el marco de los emergentes estudios sobre desórdenes informativos. En concreto, aporta una definición propia de bulo, así como una tipología en la que se identifican cuatro tipos de bulos: broma, exageración, descontextualización y engaño. A partir de esos cuatro tipos, se propone un ‘diagrama de gravedad de los bulos’.

Palabras clave

Covid-19; Coronavirus; Pandemias; Infodemias; Noticias falsas; Bulos; Desinformación; Verificación; Redes sociales; Periodismo; Cyberperiodismo; Periodismo digital; España.

Abstract

Drawing upon the misinformation stories debunked by the three accredited fact-checking platforms in Spain, a content analysis of all the hoaxes (N = 292) bound to the Covid-19 pandemic is performed, over the first month of the state of alarm decreed by the Spanish Government (March 14th, 2020 – April 13th, 2020). The study shows that the hoaxes about the coronavirus were disseminated mainly on social networks and, among them, especially in closed ones, such as the *WhatsApp* mobile messaging application. It also detects the most frequent formal and content peculiarities of misinformation. The results reveal that the pandemic, in addition to generating a large number of hoaxes on health and science, also led to the dissemination of many political fake news. The formats, sources and territories of origin of the hoaxes are also explored. Beyond the empirical results, this study makes theoretical contributions in the framework of the emerging studies on information disorders. Specifically, it provides a definition of hoax, as well as a typology in which four main types are identified: joke, exaggeration, decontextualization and deception. Based on these four types, a ‘hoax severity diagram’ is proposed.

Keywords

Covid-19; Coronavirus; Pandemics; Infodemics; Fake news; Hoaxes; Misinformation; Disinformation; Fact-checking; Social media; Journalism; Digital journalism; Cyberjournalism; Spain.

1. Introducción

La divulgación de informaciones deliberadamente falsas se ha convertido en un problema sanitario. Asuntos como el rechazo al uso de vacunas, supuestos tratamientos alternativos contra el cáncer o la defensa de la efectividad médica de la homeopatía han sido objeto de campañas de desinformación en las redes sociales (*Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia; Instituto Salud sin Bulos*, 2019). También epidemias como la del ébola en 2014 dieron lugar a la fabricación y difusión pública de infundios (*ConSalud.es*, 2014). Sin embargo, ninguno de esos precedentes es comparable a la explosión de bulos producida a raíz de la pandemia de la Covid-19.

El inédito impacto sanitario, social, económico y político de esta pandemia ha multiplicado la desinformación. Con las redes sociales como escenario principal, la proliferación de fabricaciones informativas, manipulaciones gráficas, teorías conspiratorias, contenidos intencionadamente descontextualizados y, en definitiva, embustes de todo tipo y condición, llevó en febrero de 2020 a la *Organización Mundial de la Salud* a alertar sobre una “infodemia” superpuesta a la pandemia de coronavirus:

“Una sobreabundancia de información –alguna exacta y otra no– que hace difícil que la gente encuentre fuentes dignas de crédito y fiables” (*Organización Mundial de la Salud*, 2 febrero 2020).

Este problema de las plataformas de comunicación se agrava, además, por un factor subjetivo: el “sesgo de confirmación” (**Wason**, 1960), que conduce a los individuos a creer tan solo a aquella información que confirma sus prejuicios, descartando argumentos y evidencias que desafían su pensamiento previo. La inclinación psicológica a dar crédito solo a lo que uno desea creer ha demostrado tener un impacto significativo en ámbitos como la educación, la ciencia y la política (**Kappes et al.**, 2020; **Thornhill et al.**, 2019).

El fenómeno de la desinformación en el marco de la pandemia se ha convertido en motivo de debate político en varios países

El fenómeno de la desinformación en el marco de la pandemia se ha convertido, de hecho, en motivo de debate político en varios países. En España, durante las primeras semanas del estado de alarma decretado por el Gobierno, los partidos políticos se cruzaron acusaciones mutuas de difundir bulos y noticias falsas (*El país*, 9 abril 2020). Fuera de las tribunas políticas, el problema también preocupa a la ciudadanía, cada vez más expuesta a mensajes engañosos en múltiples plataformas. La relevancia pública alcanzada por el fenómeno de los bulos justifica, en fin, un estudio detenido.

Las primeras investigaciones, necesariamente apresuradas, confirman la magnitud del problema. Una encuesta entre usuarios de internet de seis países –Alemania, Argentina, Corea del Sur, España, Estados Unidos y Reino Unido (N=8.502)–, conducida entre marzo y abril de 2020 por el *Reuters Institute for the Study of Journalism* (Nielsen et al., 2020), detectó que en torno a un tercio de los encuestados afirmaba haber visto mucha o muchísima información falsa o engañosa en la última semana, sobre todo a través de las redes sociales y los sistemas de mensajería. Entre los seis países analizados, España era el lugar donde los encuestados (N=1.018) destacaban más este problema: un 44% indicaba haber visto contenidos engañosos en torno a la pandemia tanto en las redes sociales como en las aplicaciones de mensajería, y también, aunque en menor medida, en los portales de vídeo (32%) y en los buscadores (24%). Otros estudios han comenzado a explorar los perfiles de la desinformación en el marco de la pandemia (Pérez-Dasilva; Meso-Ayerdi; Mendiguren-Galdospín, 2020).

Es precisamente esta gran magnitud del problema la que condujo a ciertas plataformas de internet a tomar cartas en el asunto. A principios de abril de 2020, *WhatsApp* limitó a un único destinatario por mensaje el reenvío de cadenas virales altamente compartidas. Mediante su blog corporativo, explicó que habían tomado la medida a escala global tras detectar

“un aumento significativo en la cantidad de reenvíos que, según algunos usuarios, puede resultar apabullante y contribuir a la divulgación de información errónea” (*WhatsApp*, 7 abril 2020).

También *Facebook*, a través de su vicepresidente de Integridad, Guy Rosen, anunció pocos días después que rastrearía las informaciones falsas sobre Covid-19 compartidas por los usuarios de esa red social, a quienes ha procedido a alertar en sus muros de la retirada de contenidos engañosos (Rosen, 2020). Otras plataformas como *Google* y *Twitter* tomaron asimismo medidas para dar mayor visibilidad a la información oficial y reducir la exposición de sus usuarios a contenidos no verificados o falaces.

En el contexto de este fenómeno de la desinformación sobre salud y, más específicamente, en torno a la Covid-19, el presente estudio analiza la tipología de los bulos difundidos en España durante el primer mes del estado de alarma, decretado por el Gobierno el 14 de marzo de 2020. Más allá de reseñar los casos concretos, el objetivo es identificar los perfiles de los contenidos desinformativos y sus modalidades paradigmáticas. Con base en un análisis de contenido de los bulos en torno al coronavirus detectados por organizaciones de verificación periodística, analizamos las plataformas, formatos, fuentes, territorios de procedencia y, en definitiva, los tipos de bulos sobre la pandemia.

2. Marco teórico: desinformación, ‘fake news’ y bulos

El complejo fenómeno de la desinformación atrae el interés de los teóricos de la comunicación y el periodismo desde hace décadas (Burnam, 1975; Galdón, 1994). Este fenómeno afecta hoy día a múltiples dimensiones sociales. Entre otras, al sistema político, las relaciones internacionales y las políticas públicas sobre el cambio climático. También incide en diversas cuestiones relacionadas con la salud, como ha ocurrido con el caso de los mensajes divulgados por el movimiento contrario a las vacunaciones (Roozenberek; Van-der-Linden, 2019; Marieta; Barker, 2019) y, de manera muy especial, con la pandemia de Covid-19 desencadenada a comienzos de 2020 (Brennen et al., 2020). El foco del presente estudio se sitúa en este último caso, de inédito impacto social.

Para referirse al amplio universo de las informaciones falsas o erróneas que circulan por el entramado comunicativo, se ha usado, entre otras, la expresión “*fake news*” (Quandt et al., 2019), que se popularizó con motivo de las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos y el referéndum del Brexit en junio de ese mismo año (Bastos; Mercea, 2019). Aunque ni el término ni la realidad que expresa son nuevos (McKernon, 1925), sí lo es la multiplicación exponencial del uso de esa voz, que, desde entonces, se ha asentado en el vocabulario coloquial, periodístico, político y académico.

Sin embargo, la expresión preocupa al ámbito académico, por ser conceptual y epistemológicamente confusa (Tandoc Jr.; Wei Lim; Ling, 2017; Romero-Rodríguez; Valle-Razo; Torres-Toukourmidis, 2018). Por un lado, no ha habido una definición universal para *fake news*, ni siquiera en el periodismo (Zhou; Zafarini, 2018). Alemanno, antes de apostar por una definición más restringida, afirma que

“*fake news* cuenta con una variedad de definiciones, la mayoría de las cuales enfatizan la amplitud del término. Como resultado, no hay un acuerdo universal sobre dónde se encuentra el problema y cómo enmarcarlo” (Alemanno, 2018, p. 2).

El concepto de *fake news* tampoco presenta para la ciudadanía unos contornos definidos, como ponía de manifiesto el *Reuters Digital News Report 2017* (Newman, 2017), estudio mundial sobre consumo de información digital coordinado anualmente desde la *University of Oxford*. Entre los encuestados, había un primer grupo que las identificaba con (1) “noticias que son ‘inventadas’ para hacer dinero o desacreditar a otros”; un segundo grupo, que las definía como

(2) “noticias que tienen una base en los hechos pero que son ‘hilvanadas’ para adaptarse a una agenda particular”; y un tercer grupo, que las entendía como

(3) “noticias con las que la gente no se siente cómoda o no está de acuerdo” (Newman, 2017, pp. 20-23).

“ Tres tipos de desórdenes informativos: desinformación, información errónea y mala información (CE y Unesco) ”

Pese a su polisemia, lo cierto es que la expresión *fake news* se emplea cada vez más tanto en el ámbito de la investigación como en el de la dialéctica política y en los organismos públicos internacionales. Es usado, por ejemplo, en documentos de trabajo e informes de la *Comisión Europea* y de la *Unesco* (Ireton; Posetti, 2018). Sin embargo, ambas instituciones prefieren evitar el término *fake news* y optan por el más genérico de “desórdenes informativos” (Ireton; Posetti, 2018, p. 44), que clasifican en tres:

- desinformación (*disinformation*): información deliberadamente falsa, difundida por motivos económicos, ideológicos o por alguna otra razón;
- información errónea (*misinformation*): información falsa, pero transmitida con el convencimiento de su verdad;
- mala información (*mal-information*): información verdadera, pero de ámbito privado o restringido, que se saca a la luz pública con la intención de dañar a una persona, una institución o un país, y que, por tanto, no debería ser publicada.

Es obvio que el concepto de *fake news* no comprende todos los desórdenes informativos ni refleja la diversa realidad de la desinformación (Galdón, 1994), fenómeno que ha ido diversificándose en los últimos años. Por tanto, a pesar de su popularidad, resulta inadecuado para designar la totalidad de los fenómenos desinformativos (Wardle, 2019).

Por las razones expuestas, el presente estudio no tiene su punto de mira en las *fake news*, sino en otro tipo de desorden informativo que en el entorno español ha cuajado en el término ‘bulo’. Este término, que al parecer deriva del caló, designa, según la RAE, toda “noticia falsa propalada con algún fin”. De acuerdo con ese matiz finalista, en el presente estudio definimos como “bulo”:

“todo contenido intencionadamente falso y de apariencia verdadera, concebido con el fin de engañar a la ciudadanía, y difundido públicamente por cualquier plataforma o medio de comunicación social”.

El concepto de bulo comienza a abrirse paso en la investigación sobre fenómenos de desinformación. Aparici, García-Marín y Rincón-Manzano (2019, p. 3), por ejemplo, definen los bulos como

“mensajes falsos fabricados en las redes por usuarios y/o colectivos a fin de crear un determinado estado de opinión”.

A nuestro entender esta definición puede ser ampliada, pues la fabricación de falsedades también comprende motivos ajenos a la creación de estados de opinión, como, por ejemplo, la estafa económica mediante *phishing*,

“una forma de engaño en la que un atacante intenta obtener de manera fraudulenta información confidencial de una víctima al hacerse pasar por una entidad confiable” (Jagatic et al., 2007).

Son bulos, en suma, todos aquellos contenidos falsos que alcanzan difusión pública, fabricados intencionadamente por múltiples motivos, que pueden ir desde la simple broma o parodia, hasta la controversia ideológica, pasando por el fraude económico. Sus límites siempre son difusos. Afirmar que todo mensaje falaz con visibilidad pública es un bulo premeditado supone hacer un juicio de intenciones; a saber, que el emisor ha difundido esa mentira a sabiendas. La realidad es más compleja pues, a veces, la difusión pública de contenidos falsos se debe a otros motivos, como inadvertidas exageraciones, malinterpretaciones o simples confusiones. Como indica Redondo (2018, p. 41), con frecuencia

“las líneas son borrosas y lo que empieza como un error se convierte en una falacia, o lo planificado con malicia es repetido por un usuario inocente que desconoce su origen”.

3. Contexto: plataformas de verificación

Para identificar los bulos que serán objeto de análisis, recurriremos a una aproximación metodológica ya empleada por otras investigaciones recientes en torno a la desinformación en las redes sociales (Brennen et al., 2020): analizar los bulos identificados como tales por las plataformas de verificación. En efecto, las unidades de análisis de esta investigación serán verificaciones de infundios sobre la Covid-19 realizadas por tres plataformas españolas de *fact-checking*.

Entre las respuestas al fenómeno de los “desórdenes informativos”, han adquirido relevancia en los últimos años las organizaciones de *fact-checking*: proyectos de verificación –también hay secciones en los medios de referencia– que chequean *a posteriori* una información. El esmero en la precisión de los datos viene de antiguo en el periodismo: las secciones de verificación de medios como *Time* o de *The New Yorker*, y los propios controles de los procesos de edición periodística, eran y son *de facto* procesos de verificación. La novedad está en que las plataformas no son departamentos de una redacción que corrigen errores antes de publicar un artículo. Tampoco tienen en su punto de mira las *fake news*, tal y como las hemos definido aquí.

El *fact-checking*, de origen estadounidense, se ha internacionalizado y florecido en los últimos quince años. En abril de 2020, el *Duke Reporter’s* recogía en su lista 237 organizaciones dedicadas a la verificación en 78 países. La proliferación

ha traído diversidad: no hay una definición homogénea de esas organizaciones ni unos rasgos esenciales comunes. Algunas se diferencian por temas: afirmaciones políticas y públicas en general; rumores online y mentiras, y “controversias, conflictos particulares” o estrechamente vinculados a asuntos y eventos o “temas específicos” (Pavleska et al., 2018, p. 6). Entre las especializadas, también las hay centradas en el campo de la salud y la medicina: *HealthNewsReview*, activa entre 2006 y 2018; *HealthFeedback*, nacida en noviembre de 2018; y *Metafacts*, lanzada en abril de 2018 (Fulken; Benkelman, 2019), por citar apenas unas cuantas. Promovidas por expertos en distintas áreas fundamentalmente sanitarias y médicas, estas plataformas han desempeñado un papel significativo en el contexto de la crisis de la Covid-19. Por su alcance planetario, la pandemia ha trascendido a estas plataformas especializadas y se ha convertido en un tema que acapara gran cantidad de comprobaciones en las plataformas de verificación periodística o de temática más general. Brennen, Simon, Howard y Nielsen (2020) hablan de un crecimiento masivo de *fact-checks* con motivo de la Covid-19.

En 2015 se creó en Estados Unidos la mayor red internacional de *fact-checkers*: la *International Fact-Checking Network (IFCN)*, que en abril de 2020 contaba con 74 plataformas acreditadas. Los candidatos que aspiran a ser acreditados son evaluados externamente sobre su compromiso con la imparcialidad y la no politización; la transparencia de las fuentes, de la financiación, de la organización –de sus vínculos– y de la metodología. También, se valora la honestidad y la capacidad de rectificar, de acuerdo con un código de buenas prácticas divulgado por la *IFCN*.

Para nuestro análisis, seleccionamos las tres plataformas españolas (Vizoso; Vázquez-Herrero, 2019; Ufarte-Ruiz; Anzera; Murcia-Verdú, 2020) acreditadas por la *IFCN*:

- *Maldita.es*, creada por los periodistas Clara Jiménez y Julio Montes en 2014;
- *Newtral*, publicación digital promovida por la periodista Ana Pastor, que publicó su primera verificación en octubre de 2018; y
- *EFE Verifica*, fundada en abril de 2019.

Al margen de estas tres iniciativas, en España también operaba con el sello de *IFCN* la unidad de verificación de la *Agence France-Press*, bajo la denominación de *AFP Factual*. Esta unidad de verificación no fue considerada para el presente estudio porque, en abril de 2020, sus contenidos no se circunscribían a España, sino que abarcaban seis países iberoamericanos: Argentina, Chile, Colombia, México y Uruguay, además de España. De hecho, el proyecto de *AFP Factual* tuvo su origen en Colombia y México en junio de 2018, y solo una reducida parte de sus contenidos tienen relación con el marco del presente estudio. Otras unidades de verificación activas en España en abril de 2020 eran las de *Radio Televisión Española*, denominada *RTVE Verifica*, y la catalana *Verificat*. Ambas iniciativas no contaban con la acreditación de *IFCN*, por lo que no fueron consideradas en este estudio. Tampoco fue incluida *#saludsinbulos*, plataforma de verificación de contenidos sobre salud creada en 2017 por la agencia de comunicación *Con Salud*, en colaboración con la *Asociación de Investigadores en Salud (AIES)*. A pesar de que nuestra investigación analiza información relacionada con la Covid-19, fue excluida porque tampoco formaba parte de la *IFCN*.



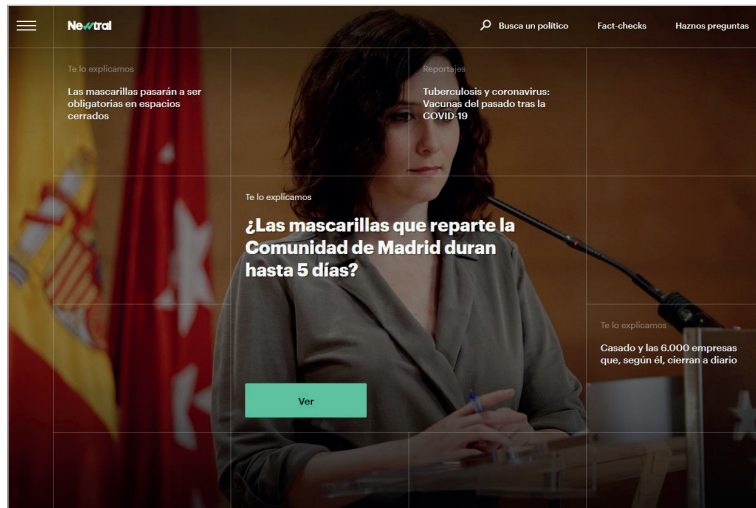
<https://www.poynter.org/ifcn>



<https://maldita.es>

4. Objetivos

Sobre la base del contexto informativo y del marco teórico descritos, el presente estudio pretende identificar la tipología de los bulos publicados en España en torno al coronavirus. A partir de una cata temporal de bulos identificados por organizaciones acreditadas de verificación, pretendemos explorar las plataformas principales de diseminación de esos bulos, sus rasgos formales y de contenido, sus mecanismos de manipulación de fuentes y, como resultado, los tipos principales de bulos. No nos interesa tanto examinar ciertos casos concretos de bulos, como encontrar modelos paradigmáticos, de carácter teórico-conceptual, con los que la comunidad investigadora pueda abordar futuras investigaciones sobre fenómenos de desinformación.



<https://www.newtral.es>

En este abordaje nos inspiramos en estudios como los realizados por el *Reuters Institute* (Brennen et al., 2020), donde se aporta un análisis tipológico sobre los modelos de desinformación. Este estudio se llevó a cabo con base en 225 bulos y falsedades —englobadas en ese estudio bajo el término de “*misinformation*”— identificados y verificados a lo largo del mes de marzo de 2020 por la plataforma de verificación estadounidense *First Draft*, a partir de contenidos publicados exclusivamente en inglés.

Nuestro estudio enriquece la investigación internacional existente, no solo porque aporta evidencias empíricas en torno a los perfiles específicos de la desinformación sobre la pandemia de Covid-19 en otro país —España— y en otro idioma —el español—, sino también porque aporta una propuesta metodológica y, sobre todo, una contribución teórica y tipológica, que esperamos sea de utilidad para futuros investigadores sobre los fenómenos generales de desinformación y, en particular, sobre los bulos.

Nuestro estudio responde a las siguientes dos preguntas de investigación (PI):

PI_1: ¿Cuáles son las características formales y de contenido de los bulos difundidos en España sobre la pandemia de Covid-19?

PI_2: ¿Qué tipos de bulos se difundieron durante el período de análisis de esta investigación?

5. Metodología

Para hallar la tipología de los bulos difundidos sobre la pandemia de Covid-19, realizamos un análisis de contenido sobre artículos de verificación o *fact-checks* publicados en España en torno al coronavirus y a otros asuntos relacionados. En concreto, en la semana del 20 al 26 de abril de 2020, los seis firmantes de este estudio registramos y clasificamos en una base de datos la totalidad de los artículos de verificación (N=395) publicados en el período comprendido entre el 14 de marzo y el 13 de abril de 2020 —es decir, durante el primer mes del estado de alarma decretado por el Gobierno de España—, por las tres plataformas españolas certificadas por IFCN: *Maldita.es* (N=237), *Newtral* (N=106) y *EFE Verifica* (N=32).

Como es lógico, estas tres plataformas mostraron cierto grado de coincidencia en sus respectivas verificaciones de bulos; a menudo, dos de esas plataformas, o incluso las tres, verificaron el mismo bulo. Procedimos, por tanto, a descartar de nuestra muestra las verificaciones duplicadas o triplicadas, con el fin de centrar nuestro análisis en los distintos bulos (N=292) verificados por las mencionadas plataformas. Conviene aclarar que nuestra muestra no equivale, por tanto, a la totalidad de los bulos difundidos en España durante el período indicado; refleja apenas los bulos verificados por esas tres plataformas.

Una vez identificados los bulos, procedimos a realizar un análisis de contenido de todos ellos. Se elaboró un manual de codificación, que contemplaba seis variables principales:

- 1) plataforma de publicación del bulo (*WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, redes sociales sin especificar, medios de comunicación, otras plataformas);
- 2) formatos empleados en el bulo (texto, audio, imagen, vídeo, otros);
- 3) tema del bulo (ciencia/salud, política/gobierno, otros);
- 4) fuente del bulo (anónima, suplantada, ficticia, real);
- 5) territorio del bulo (local, nacional, internacional, no especificado/no procedente); y
- 6) tipo de bulo (broma, exageración, descontextualización, engaño).

La explicación de estas variables se ofrece en el apartado de Resultados.

Sobre la base de ese manual de codificación, dos investigadores analizaron de manera paralela e independiente la totalidad de la muestra de 292 bulos. Examinaron el título, el texto completo y los materiales multimedia adicionales (fotos, vídeos, audios) de los artículos donde esos bulos habían sido verificados. Completada esa doble codificación paralela, se procedió a realizar un análisis de concordancia entre los registros de ambos codificadores. Este análisis reveló algunas variables con un insuficiente grado de concordancia en relación al coeficiente *kappa* de Cohen; en concreto, se detectaron valores relativamente bajos de concordancia con respecto a la fuente del bulo (*kappa* 0,669) y tipo de bulo (*kappa* 0,696). Para alcanzar la deseable consistencia del estudio, los dos codificadores aclararon los puntos de discrepancia y volvieron a codificar, por tercera vez, la totalidad de la muestra, lo que permitió llegar a un acuerdo total (*kappa* 1,000) de las variables codificadas de manera conjunta.

6. Resultados

6.1. Plataformas

La muestra de 292 bulos analizados en este estudio se difundió a través de diversas plataformas. En el término plataforma englobamos, de manera genérica, las redes sociales, los medios de comunicación y otros canales, como los SMS, correos electrónicos, blogs y sitios web no periodísticos. No obstante, cuando el análisis de contenido permitió especificar en qué red social (*WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*) se había detectado el bulo, este dato también se registró. Por otra parte, se observó que ciertos bulos se habían difundido en más de una plataforma. Esto produjo un número total de frecuencias (N=304) mayor que el de bulos de nuestra muestra. Los datos (ver tabla 1) revelan que las redes sociales—incluyendo en ellas tanto las identificadas, como aquellas sin especificar—son, con gran diferencia, el principal canal de difusión de los bulos (89,1%). Les siguen a gran distancia los medios periodísticos (3,9%) y otras plataformas diversas (6,9%). Considerando apenas las redes sociales identificadas, *WhatsApp* es la plataforma donde más bulos se observan. Le siguen *Twitter* y, a mayor distancia, *Facebook* y *YouTube*. El número de bulos detectados es *Instagram* es testimonial.

También resulta revelador analizar los formatos comunicativos más frecuentes en la difusión de bulos en cada plataforma (tabla 2). La mayor parte de las falsedades se difunde sobre todo a través del formato más básico y fácil de manipular—texto—, y mediante redes de mensajería cerradas—*WhatsApp*—. Aunque menos frecuentes, también se detecta un número significativo de bulos basados en otros formatos multimedia—foto, audio y vídeo—, cuya presencia es algo más frecuente en re-

<https://www.efe.com/efe/espana/efeverifica/50001435>

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

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

[*] Algunos bulos se difundieron simultáneamente en más de una plataforma. Esto explica que el número total de frecuencias (N=304) de esta tabla sea mayor que el de los bulos de nuestra muestra (N=292).

[**] Las redes sociales “sin especificar” incluyen cualquiera de las otras redes sociales que se especifican en la tabla o bien otras redes distintas, o incluso una combinación de ambas.

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

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

des abiertas como *Twitter*. Obviamente, por su naturaleza, en *YouTube* predominan los bulos basados en vídeo, aunque incluso esos vídeos suelen recurrir a elementos textuales y fotográficos para fabricar sus bulos.

6.2. Territorios

Con respecto a la procedencia o ubicación territorial de los bulos, predominan los nacionales, casi la mitad del total (49,7%). Se limitan a menos de un tercio (28,8%) los de ámbito internacional, y a un 18,2% los locales.

El análisis de la variable territorial en relación con las otras variables del estudio permite obtener resultados que arrojan luz sobre las dinámicas de creación y propagación de los bulos. Por ejemplo, parece haber una relación entre el contenido de los bulos y su ámbito territorial (tabla 4). En la esfera internacional, los principales contenidos se relacionan con la ciencia y la salud (57,1%), mientras que a nivel nacional la política es la generadora del mayor número de bulos (43,4%).

Asimismo, mientras en la esfera nacional predominan los bulos cuyas fuentes están suplantadas, es decir, que falsamente dicen provenir de fuentes oficiales o empresariales, en el caso de los bulos locales, las fuentes más frecuentes son las anónimas registrando un 49,1% (tabla 5).

6.3. Formatos

Otra variable relevante es el formato del bulo; es decir, el código comunicativo empleado por los autores del bulo para transmitir el contenido falso. En la muestra analizada, el formato predominante es el texto, que aparece en el 53,8% de los casos (tabla 6). A distancia, le siguen la fotografía (25,6%), el vídeo (14,6%) y, con una frecuencia muy reducida, el audio (5,7%).

Parece lógico que los bulos empleen predominantemente el texto, por tratarse del formato más fácil de producir y compartir. Sin embargo, esta mayor frecuencia del texto también se explica por su fácil combinación con otros formatos. En efecto, el texto es el formato que más acompaña a otros, especialmente a las fotos y los audios. De hecho, cuando se asocia con otros formatos, el texto se convierte a menudo en el factor clave para la falsificación. Es común encontrar fotografías y vídeos reales que son descontextualizados mediante un texto que los atribuye o sitúa de un modo falso. Por ejemplo, un bulo difundido en *Facebook* mostraba un vídeo en el que efectivos de las fuerzas de seguridad impedían acudir a misa a unos ciudadanos; el vídeo iba precedido de un texto, que afirmaba que la escena había tenido lugar durante el confinamiento por el coronavirus. En realidad, se trataba de un vídeo donde varias personas pretendían acceder a la basílica de la Santa Cruz del Valle de los Caídos el 12 de octubre de 2019 (*Newtral*, 28 marzo 2020). En este caso, el vídeo era real, pero el texto llevaba a engaño.

Tabla 3. Procedencia territorial de los bulos (N=292)

Territorio	Nº de bulos	Porcentaje
Internacional	84	28,8%
Nacional	145	49,7%
Local	53	18,2%
No procede / no específica	10	3,4%
Total	292	100,0%

Tabla 4. Tema del bulo por territorio (N=292)

Tema	Territorio				Total
	internacional	local	nacional	no procede / no específica	
Ciencia / Salud	48	21	24	9	102
Política / Gobierno	8	7	63	0	78
Otros	28	25	58	1	112
Total	84	53	145	10	292

Tabla 5. Fuente del bulo por territorio (N=292)

Fuente	Territorio				Total
	Internacional	Local	Nacional	no procede / no específica	
Anónima	30	26	43	6	105
Ficticia	3	2	6	1	12
Real	20	8	33	2	63
Suplantada	31	17	63	1	112
Total	84	53	145	10	292

Tabla 6. Formatos de los bulos (N=292)

Formato bulo	Frecuencia	Porcentaje
Texto	225	53,8%
Foto	107	25,6%
Vídeo	61	14,6%
Audio	24	5,7%
Otros	1	0,2%
Total	418*	100%

[*] Hay bulos que combinan dos o más formatos. Esto explica que el número total de frecuencias (N=418) de esta tabla sea mayor que el de los bulos de nuestra muestra (N=292).

6.4. Temas

Desde el punto de vista temático, los bulos se dividieron en tres categorías principales: 1) Ciencia y Salud, 2) Política y Gobierno y 3) Otros. Renunciamos a una subdivisión temática más específica por nuestro interés en explorar, sobre todo, la relación entre los dos primeros ámbitos temáticos. La categoría ‘Ciencia y Salud’ comprende los bulos de tema sanitario y científico, relacionados con la pandemia de Covid-19. ‘Política y Gobierno’ incluye los bulos que, con la pandemia como marco, tienen como protagonistas o agentes a partidos políticos, a sus miembros, así como asuntos de gobierno a escala internacional, nacional o autonómica. Finalmente, ‘Otros’ engloba todos los bulos vinculados a la pandemia que no se incluyen en las dos categorías anteriores; por ejemplo, sobre seguridad ciudadana, sobre marcas comerciales, sobre celebridades, y similares. El análisis de los datos muestra una distribución bastante homogénea: el 34,9% de los bulos corresponde a la categoría de Ciencia y Salud, el 26,7% a Política y Gobierno, y el resto (38,4%) a Otros. Estos datos indican que, como cabría esperar, la desinformación en relación con la pandemia de Covid-19 está fuertemente politizada: más de una cuarta parte de los bulos están relacionados con temas de gobierno y política, principalmente sobre la gestión directa del Gobierno, así como sobre partidos políticos y sus miembros. Sin embargo, abundan más los bulos relacionados con los temas de Ciencia y Salud.

Un análisis más detallado permitió desagregar, a su vez, los bulos incluidos en la categoría de Ciencia y Salud en cuatro apartados:

- 1) los infundios relacionados directamente con la ciencia,
- 2) las falsas recomendaciones de salud,
- 3) las falsedades relacionadas con la gestión sanitaria, y
- 4) los bulos difundidos por supuestos sanitarios o atribuidos falsamente a instituciones de salud pública.

Los bulos relacionados directamente con la ciencia suponen el 34% de la categoría Ciencia y Salud y la mayoría trata sobre el supuesto origen del coronavirus (el 16% de todos los bulos de esta categoría). Otros temas relacionados directamente con la ciencia hacen referencia a la letalidad del virus, su permanencia en el ambiente o están relacionados con falsas interpretaciones de tratamientos o vacunas. En segundo lugar, destacan las falsas recomendaciones o tratamientos para combatir el virus –desde gárgaras, dietas y vino, hasta la homeopatía o el “suplemento mineral milagroso”– con un 28% de la categoría Ciencia y Salud. Las falsedades relacionadas con la gestión sanitaria (hospitales y equipamiento), y los bulos difundidos por supuestos sanitarios (médicos, enfermeras) o atribuidos falsamente a instituciones de salud pública (*Organización Mundial de la Salud*), suponen el 23% y el 15% de esta categoría, respectivamente.

Dentro de la categoría de Gobierno y Política, la mayoría de los bulos está relacionada con la gestión directa del Gobierno de España (el 47,5%), o con personas y/o partidos políticos (35%). El resto tiene que ver con políticas de carácter internacional (10%) o autonómico (7,5%).

6.5. Fuentes

En la muestra de bulos analizada cabe distinguir cuatro tipos de fuentes. Las más frecuentes son las fuentes suplantadas (38,4%) y anónimas (36,0%), mientras que las menos frecuentes son las reales (21,6%) y las ficticias (4,1%). Aunque dentro de cada tipo hay cierta diversidad, estas son las características típicas y algunos ejemplos de cada uno de ellos.

Las fuentes que hemos considerado como suplantadas son aquellas personas físicas o jurídicas a las que se realiza algún tipo de referencia o atribución falsa de una información. Por ejemplo, uno de los bulos desmentidos (*Maldita.es*, 19 marzo 2020) indica que una dieta alcalina previene el contagio del coronavirus y señala al *Instituto Tecnológico de Monterrey* (México) como origen de la información, lo cual fue desmentido por esta institución.

En otros casos, la fuente del bulo es anónima; es decir, no se desvela el emisor ni la información viene respaldada por ninguna persona física o jurídica. Generalmente estos bulos se refieren a hechos que en apariencia son fácilmente constatables o no se basan en un conocimiento experto. Este es el caso del bulo que afirmaba que en la Comunidad de Madrid se estaban declarando algunos hospitales como “libres de coronavirus” para no mezclar a los pacientes; un hecho que resultó ser falso (*Maldita.es*, 14 marzo 2020).

Las fuentes reales son aquellas personas físicas o jurídicas que se identifican correctamente, aunque la información sea falsa. En esta categoría se incluyen personas e instituciones conocidas (por ejemplo, representantes políticos o medios de comunicación), junto a otras poco conocidas. En ocasiones, el engaño se apoya en el hecho de que se trata de una persona o institución poco conocida por el público, pero de apariencia solvente. Por ejemplo, un vídeo difundido por las redes sociales afirmaba que el coronavirus SARS-CoV-2 había sido fabricado en un laboratorio chino y trataba de legitimar la información citando como fuente al sitio web “*Global Research*” (*Newtral*, 14 marzo 2020). El vídeo no menciona que esta web se autodefine como dedicada a “la verdad no contada” y carece del menor aval de la comunidad científica.

Finalmente, las fuentes ficticias son aquellas cuya identidad es imaginaria o fabricada. Un ejemplo es el que aparece en el vídeo de *YouTube* titulado “El coronavirus se puede parar en 24 horas”, cuya fuente es “un supuesto licenciado en biología molecular llamado Isidro Fuentes García” (*Newtral*, 25 marzo 2020), una persona que en realidad no existe.

6.6. Tipos de bulos

Por último, el análisis de la muestra nos permitió identificar cuatro tipos de bulos: bromas, exageraciones, descontextualizaciones y engaños. Se trata de modelos paradigmáticos que, es preciso reconocerlo, en ocasiones no resultan fáciles de distinguir entre sí, pues muestran cierto grado de solapamiento. Por ejemplo, es frecuente hallar bromas que recurren a la descontextualización como modo de caricaturizar. Asimismo, a menudo no es fácil trazar la línea divisoria entre la exageración involuntaria y el engaño calculado, particularmente en el debate político. Hecha esta salvedad, lo cierto es que en nuestra muestra identificamos ejemplos de estos cuatro tipos de bulos.

Por ‘broma’ entendemos aquel tipo de bulo que consiste en la difusión de información falsa, con un fin burlesco, paródico, satírico o caricaturesco. El tipo de bulo que denominamos ‘exageración’ corresponde a aquel mensaje que, a pesar de tener cierto vínculo con la verdad, traspasa los límites de lo verdadero y entra en el terreno de la falsedad. La ‘descontextualización’ es el tipo de bulo que da cuenta de hechos o declaraciones reales en un contexto deliberadamente falso o tergiversado. Por último, el tipo de bulo que designamos como ‘engaño’ corresponde a la falsificación absoluta, en la que se fabrican contenidos con la intención de hacer creer a la ciudadanía declaraciones o hechos falsos.

La distribución de estos cuatro tipos de bulos en nuestra muestra es dispar. La modalidad indiscutiblemente más frecuente es el engaño (64,4%), seguida a gran distancia por la descontextualización (17,1%) y la exageración (17,1%), y, con una presencia casi testimonial, por la broma (1,4%). La explicación de esta distribución tan desigual parece estar relacionada, al menos parcialmente, con la fuente de nuestra muestra: es lógico suponer que las plataformas de verificación prestan mayor atención a las fabricaciones informativas más graves, que a las simples bromas más o menos desafortunadas. Sin embargo, esto no debe conducirnos a concluir que circulan muchos más engaños que bromas. Por el contrario, cabe perfectamente la hipótesis de que en realidad se publican muchas más bromas que engaños, sobre todo si en la categoría de bromas incluimos formatos tan populares como los “memes” (Rodríguez, 2013) y similares. Para comprobar esa hipótesis es necesario otro abordaje metodológico, de carácter netamente cuantitativo y basado en el análisis de las redes sociales mediante *big data*, que escapa a los límites de la presente investigación, pero que pretendemos explorar en futuros trabajos.

La categoría de ‘engaño’ engloba falsificaciones de diverso tipo. Algo más de la mitad –en concreto, 97 de los 188 engaños hallados en la muestra– recurren a la suplantación de identidad; es decir, con el fin de darles mayor verosimilitud, atribuyen su contenido a fuentes acreditadas que, en realidad, no son autoras del contenido compartido. Es particularmente frecuente la suplantación de marcas comerciales. Por ejemplo, en el bulo que indicaba que *Mercadona* iba a “limitar la compra a solo dos artículos por persona” (*Maldita.es*, 16 marzo 2020) o el que anunciaba que *Carrefour* había decidido “abrir sus establecimientos de 7 a 8 de la mañana para personas mayores de 65 años” (*Maldita.es*, 17 marzo 2020). Más allá de buscar la simple confusión de la ciudadanía, algunos de los engaños –en concreto, 17– tienen la finalidad de la estafa económica: por ejemplo, el que solicitaba el número de cuenta corriente para poder cobrar el subsidio por ERTE (*EFE Verifica*, 27 marzo 2020).

La ‘descontextualización’ está frecuentemente ligada a formatos fotográficos o de vídeo: imágenes reales, a menudo de meses o incluso años atrás, se sitúan falsamente en el presente, en un contexto que no es verdadero. Por ejemplo, una foto compartida en redes sociales de decenas de ataúdes alineados indicaba que se trataba de muertos por coronavirus en Italia (*Maldita.es*, 23 marzo 2020); aunque ciertamente se trataba de una foto tomada en Italia, databa en realidad de octubre de 2013, cuando decenas de inmigrantes subsaharianos fallecieron ahogados mientras intentaban alcanzar las costas de Lampedusa.

La modalidad de bulo que hemos tipificado como ‘exageración’ puede detectarse en varios ámbitos, pero menudea sobre todo en el debate político. En nuestra muestra de 292 bulos, 50 corresponden a exageraciones y, de ellas, 17 proceden de políticos, situados en todo el arco ideológico. Exageración es, por ejemplo, un bulo lanzado por el portavoz de *Unidas Podemos* en el *Congreso de los Diputados*, Pablo Echenique, quien indicó que, cuando se recomendaba el confinamiento domiciliario de la ciudadanía, *Vox* había enviado “52 diputados de todos los territorios de nuestro país a trabajar al *Congreso de los Diputados*” (*Maldita.es*, 11 abril 2020); la realidad fue que a la sesión del Congreso señalada por Echenique habían asistido únicamente 16 diputados de *Vox*. Otro ejemplo corresponde a la diputada del *Partido Popular* Cayetana Álvarez de Toledo, quien manifestó que la Comunidad de Madrid, gobernada por su partido, estaba destinando “el mayor presupuesto de su historia a Sanidad” (*Newtral*, 27 marzo 2020); el dato era falso. Los bulos por exageración también fueron propalados por miembros del Gobierno de España. El propio presidente Pedro Sánchez (*PSOE*) cometió varias exageraciones en sus comparecencias parlamentarias durante el período analizado; en una de ellas, por ejemplo, afirmó que España era el único país que estaba notificando “todos los positivos” por coronavirus, así como el de “todos los fallecidos diagnosticados” (*Maldita.es*, 10 abril 2020). Una vez más, se trataba de un dato falso en el marco de un debate político.

La puesta en relación del tipo de bulo con otras variables permite obtener referencias interesantes. Por ejemplo, se advierte que en todos los ámbitos territoriales predomina el engaño (tabla 7). Si acaso, en los bulos de procedencia nacional se advierte un reparto algo más equitativo entre las categorías de exageración (17,9%) y descontextualización (17,2%).

Tabla 7. Territorio del bulo por tipo de bulo (N=292)

Territorio	Tipo de bulo				Total
	Engaño	Broma	Exageración	Descontextualización	
Internacional	56	0	12	16	84
Local	35	1	9	8	53
Nacional	91	3	26	25	145
No procede/ no específica	6	0	3	1	10
Total	188	4	50	50	292

7. Discusión y conclusiones

El presente estudio, referido al primer mes de estado de alarma decretado por el Gobierno de España durante la crisis de la Covid-19, nos ha permitido obtener diversas conclusiones respecto de la tipología de la desinformación vinculada a la pandemia. Al margen de la dimensión del fenómeno de los bulos, cuyas magnitudes deberán ser evaluadas mediante metodologías de estudio cuantitativo, esta investigación, basada en análisis de contenido, ofrece referencias novedosas respecto de diversos aspectos formales y estructurales de los contenidos desinformativos. A partir de esas evidencias empíricas, realiza además aportes de carácter teórico en torno a los “desórdenes informativos” (Ireton; Posetti, 2018) en general, y al concepto más específico que hemos definido como ‘bulos’ en particular, ofreciendo una definición y una tipología de este concepto que podrán ser de utilidad en futuras investigaciones sobre esta disciplina.

En el ámbito empírico, nuestro estudio confirma, en primer lugar, los hallazgos de investigaciones internacionales anteriores (por ejemplo, Resende *et al.*, 2019), así como la apreciación de médicos, pacientes y periodistas españoles (*eSalud*, 2019), que apuntan a las aplicaciones móviles de mensajería o redes sociales cerradas como aquellas donde se diseminan en mayor grado y con mayor peligrosidad los contenidos deliberadamente falsos. *WhatsApp* se ha revelado, en efecto, como la plataforma donde los bulos se diseminan en mayor cantidad y con mayor alcance. Con todo, también se advierte una considerable difusión de contenidos falseados en redes sociales abiertas, como *Twitter*. También en esta red, además de las cuentas que actúan bajo pseudónimo o identidad falsa, existe un significativo volumen de contenidos generados por bots, muchas veces con intención de desinformar (Marwick; Lewis, 2017). La metodología empleada, basada en el análisis de artículos de verificación publicados por plataformas certificadas de *fact-checking*, no ha aportado suficiente concreción sobre otras redes sociales en las que se han difundido los bulos de la muestra. Sin contar con más datos, no se puede valorar adecuadamente el rol que *Facebook*, *Instagram* o *YouTube* han desempeñado en la propagación de los bulos sobre la Covid-19. En todo caso, las redes sociales en su conjunto, sean cerradas o abiertas, se confirman como el entorno principal de difusión de bulos, muy por delante de los medios periodísticos y de otros canales de comunicación interpersonal como, por ejemplo, los SMS o el correo electrónico.

En lo que se refiere al territorio de procedencia de los bulos, este estudio ha encontrado lo que parece una relación entre los ámbitos territoriales de los bulos y sus contenidos, fuentes y tipos de engaño. Según el territorio de interés del bulo, se observan algunas especificidades para las que habrá que avanzar hipótesis que las expliquen.

El ámbito internacional ha ofrecido con más frecuencia bulos en torno a la salud y la ciencia. Podría deberse a que, en el contexto inicial de la pandemia de Covid-19, la investigación de tratamientos y medios preventivos contra el coronavirus se gestiona a nivel internacional, incluso mundial. Además, en todo caso, al tratarse de una pandemia, el interés por estas informaciones ha pasado a ser asimismo global. Sin embargo, son los gobiernos nacionales los que, en general, están enfrentando la gestión de la crisis del coronavirus y, en este sentido, es coherente que entre los bulos nacionales predomine el contenido político. Por el contrario, en el ámbito local, lo científico y lo político pierden interés a favor de otro tipo de bulos más vinculados a la actividad social y la seguridad ciudadana en esos territorios de proximidad. Del mismo modo, las fuentes suplantadas, que muchas veces se quieren hacer pasar por organizaciones científicas, de salud o del Gobierno, no predominan en el territorio local, en el que la autoría de los bulos queda frecuentemente en el anonimato.

En cuanto a las fuentes, el presente estudio confirma que esta variable desempeña un papel clave en cualquier bulo. Para que el receptor crea el engaño, debe aceptar la “autoridad epistemológica” (Bochenski, 1974) de quien emite el mensaje. Según este principio, que asumimos habitualmente en muchos aspectos de la vida cotidiana, se reconoce una especial capacidad de convencer a quien está en una posición privilegiada –supuesta o real–, para conocer el asunto al que se refiere. En ocasiones, esa autoridad deriva del prestigio o de la profundidad del conocimiento de la persona o institución que actúa como fuente, como suele ocurrir en el caso de los científicos. Este puede ser el motivo por el que los resultados de nuestra muestra ofrecen una alta frecuencia de fuentes suplantadas, tanto científicas como institucionales. Otras veces, la autoridad procede de la posición de la fuente: un supuesto testigo directo u observador privilegiado. Por ejemplo, un pretendido transportista que afirma haber llevado material sanitario a Francia, porque España no lo quiere.

“ En el ámbito local, lo científico y lo político pierden interés a favor de otro tipo de bulos más vinculados a la actividad social y la seguridad ciudadana ”

Uno de los mecanismos habituales en los que se basa el engaño consiste en atribuir autoridad –ya sea de forma implícita o explícita– a una persona que, en realidad, está hablando sobre un asunto que escapa de su área de especialización. Por ejemplo, un médico de atención primaria que se refiere a cuestiones de virología. Esta “autoridad ampliada” se apoya en el desconocimiento científico del público, que con frecuencia no distingue entre disciplinas científicas relativamente próximas.

El coronavirus ha servido de arma para la batalla política y partidista, aunque los bulos referidos a la ciencia o a la salud han sido más frecuentes que los de contenido político

La diversidad de tipos de fuentes que se emplean revela que los creadores de bulos manejan hábilmente este principio de autoridad epistemológica y lo aplican de forma tan intuitiva como eficaz. El hecho de que las fuentes suplantadas sean las más frecuentes podría deberse al hecho de que combinan un elemento real (la propia fuente) con otro falso (la información), lo cual hace más difícil detectar el engaño. Por el contrario, las fuentes ficticias, al no contener ese componente de realidad, pueden resultar menos eficaces para que el bulo resulte creíble.

En cuanto a los formatos empleados en los bulos, se advierte el uso predominante del texto, a menudo en combinación con otros formatos multimedia. La alta frecuencia de los formatos comunicativos más básicos indica que, al menos por ahora, la amenaza de los “*deep fakes*” (Chesney; Citron, 2018), es decir, de los contenidos falsificados mediante tecnologías punteras de inteligencia artificial y difícilmente identificables, no ha llegado en absoluto.

Con respecto a la variable temática, aunque se había previsto que el grueso de los contenidos se podría repartir entre las categorías de ‘Política y Gobierno’ y ‘Ciencia y Salud’, los resultados muestran que hay una gran cantidad de bulos bajo la categoría de ‘Otros’, de hecho la más voluminosa, con más de dos tercios (38,4%) del total. Esto revela que los bulos sobre la Covid-19 presentan una temática notablemente diversificada. Asimismo, como en cierto modo era previsible, se ha demostrado que el coronavirus ha servido de arma para la batalla política y partidista. De todos modos, los bulos referidos a la ciencia o a la salud han sido más frecuentes que los de contenido político.

Uno de los problemas a los que nos hemos enfrentado durante esta pandemia ha sido la difícil relación entre la “ciencia exprés” (López-Goñi, 2020, p. 12) y los medios de comunicación. Jamás en la historia de la ciencia la investigación había ido tan deprisa. En poco más de tres meses desde que se describió el primer caso en China, ya se podían consultar más de 9.000 artículos en la base de datos PubMed sobre el SARS-CoV-2 o la enfermedad Covid-19 (PubMed, 2020). Debido a la urgencia, muchos de estos trabajos, que se publican en abierto sin una revisión por pares, eran preliminares (*pre-prints*), algunos incluso opiniones o recomendaciones. Este exceso de información científica ha sido muy superior a lo que las propias editoriales podían asumir y en la mayoría de los casos se ha publicado sin la revisión que un trabajo de investigación requiere. Se han publicado artículos de baja calidad, pero de gran relevancia o repercusión pública, otros se han interpretado fuera de contexto o de forma errónea por personal no especializado, lo que ha fomentado la aparición de bulos.

Por ejemplo, uno de los artículos con menos recorrido sugería que el nuevo coronavirus era una mezcla artificial entre un coronavirus y el VIH (Pradhan, 2020). Fue publicado el 30 de enero y retirado por los propios autores el 2 de febrero, al comprobar que había errores en sus análisis bioinformáticos y en su interpretación. Sin embargo, fue uno de los más comentados en redes sociales, promoviendo el bulo del origen artificial del SARS-CoV-2 por ingeniería genética en un laboratorio (Kelland, 2020). Otro hallazgo científico que tuvo una gran repercusión mediática, incluso política, fue el del tratamiento con hidroxiclороquina (Gautret *et al.*, 2020). Este artículo era muy preliminar, y se cuestionó incluso su precisión, pero fue tuiteado por el propio presidente de Estados Unidos, Donald Trump. Era un tratamiento todavía experimental, con efectos secundarios, que causó un tremendo ruido mediático con consecuencias también dramáticas: creó una psicosis que hizo que el compuesto se agotara en muchas farmacias, lo que causó que personas que lo tenían prescrito para otras enfermedades no tuvieron acceso a esos medicamentos; y que incluso una persona falleciera por automedicarse. Estos ejemplos demuestran que la combinación de “ciencia exprés” con los medios de comunicación puede generar bulos especialmente peligrosos si son en materias de salud.

Finalmente, esta investigación establece una tipología de los bulos, concepto que hemos definido como

“todo contenido intencionadamente falso y de apariencia verdadera, concebido con el fin de engañar a la ciudadanía, y difundido públicamente por cualquier plataforma o medio de comunicación social”.

Existían clasificaciones previas sobre distintas formas de desinformación (Wardle; Derakhshan, 2017), así como, específicamente, sobre las llamadas “*fake news*” (Tandoc Jr.; Ling; Lim, 2017). Sin embargo, estas tipologías anteriores presentan inconvenientes cuando se trata de clasificar específicamente contenidos que buscan el engaño premeditado. En efecto, la clasificación de Wardle y Derakhshan, que comprende siete modalidades, es muy útil; sin embargo, tiene el inconveniente de mezclar en sus siete modelos cuatro que son propiamente tipos (“*satire or parody*”, “*misleading content*”, “*imposter content*” y “*fabricated content*”), junto con tres procedimientos desinformativos (“*false connection*”, “*false context*”, “*manipulated context*”) (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 17). Por su parte, la tipología de Tandoc Jr., Ling y Lim (2017, pp. 141-147) también presenta inconvenientes, puesto que, junto con los contenidos satíricos y las fabricaciones informativas propiamente dichas (“*news parody*”, “*news satire*”, “*news fabrication*”, “*photo manipulation*”), incluye variantes como los contenidos publicitarios, de relaciones públicas y propagandísticos (“*advertising and public relations*”, “*propaganda*”), cuyo

propósito es persuasivo. Esta combinación resulta problemática, pues una cosa es persuadir, de manera más o menos oculta, y otra bien distinta comunicar voluntariamente una falsedad, con la intención de llevar a engaño. Pensamos, por tanto, que para investigar el fenómeno de los contenidos desinformativos divulgados en plataformas de comunicación pública es preciso concentrarse en aquellos contenidos que, adoptando una apariencia verdadera, tienen la finalidad deliberada de engañar. Para designarlos hemos recurrido al término “bulo”, que, además de ofrecer plena precisión significativa, evita emplear anglicismos innecesarios.

Hemos descrito cuatro tipos de bulos: bromas, exageraciones, descontextualizaciones y engaños. Estos cuatro modelos se basan en los cuatro primeros tipos de **Wardle y Derakhshan (2017)**, pero evitan la confusión con los tres procedimientos desinformativos también incluidos por estos autores en su tipología.

Finalmente, nuestro estudio nos permite proponer un *diagrama de gravedad de los bulos*, que se representa mediante coordenadas cartesianas (figura 1). En efecto, los cuatro tipos de bulos pueden ser representados en un diagrama compuesto por dos ejes: uno de falsedad (horizontal) y otro de voluntariedad (vertical). Los bulos son más graves –es decir, más dolosos e, incluso, punibles– cuanto mayor es el nivel de falsedad y de voluntariedad en su difusión. Dicho de otro modo: es más grave un engaño que una descontextualización; una descontextualización es a su vez más grave que una exageración y, esta, por su parte, lo es más que una broma.

Nuestro diagrama de gravedad de los bulos explica, desde el punto de vista teórico, por qué las plataformas de verificación otorgan más atención a unos bulos que a otros. Al igual que en los medios periodísticos convencionales rige un criterio de relevancia informativa, en esas plataformas rige otro equivalente de gravedad, que las lleva intuitivamente a prestar mayor atención a los bulos más graves. Como hemos podido comprobar, las plataformas españolas de verificación atienden más, en efecto, a los engaños y las descontextualizaciones, que a las exageraciones y las bromas. A partir de aquí, resta por ver cuál es el volumen y distribución real de cada uno de esos tipos de bulos, sin el tamiz de las plataformas de verificación.

Que la presente investigación se haya realizado a partir de bulos previamente seleccionados por plataformas de verificación puede considerarse, de hecho, como la principal limitación metodológica de este estudio. En efecto, esas organizaciones seleccionan los bulos dignos de verificación en función de sus propios criterios de relevancia, obligadamente subjetivos. En un porcentaje no divulgado de ocasiones, la elección de los bulos que serán objeto de verificación se realiza a sugerencia de los usuarios; sin embargo, esa apertura a las indicaciones del público tampoco anula el sesgo. El conjunto de bulos seleccionados por toda plataforma de verificación responderá siempre a un juicio subjetivo de gravedad o de relevancia informativa. Para superar ese sesgo, es preciso estudiar muestras no condicionadas por los selectores de los bulos, por más que estos sean verificadores acreditados, como ha ocurrido en esta investigación. Así pues, para avanzar en el conocimiento de la tipología de los bulos, serán precisos nuevos estudios, basados en observaciones completas de las redes sociales, mediante metodologías de *big data*.

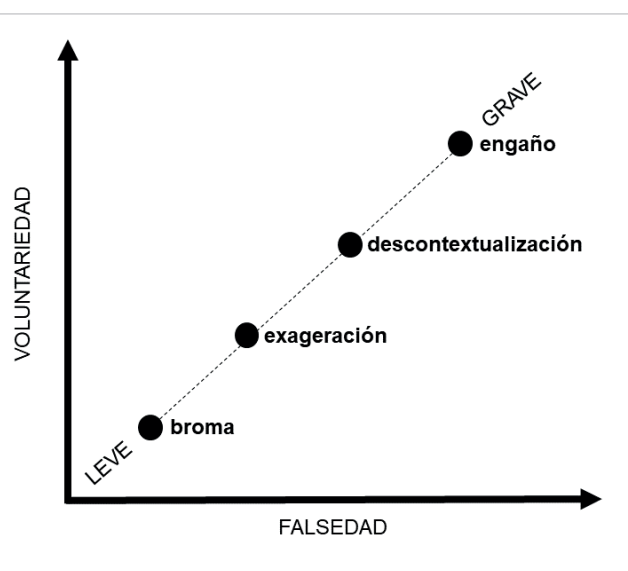


Figura 1. Diagrama de gravedad de los bulos

El exceso de información científica ha sido muy superior a lo que las propias editoriales podían asumir y en la mayoría de los casos se ha publicado sin la revisión que un trabajo de investigación requiere

8. Referencias

- Alemanno, Alberto** (2018). “Editorial: How to counter fake news? A taxonomy of anti-fake news approaches”. *European journal of risk regulation*, v. 9, pp. 1-5. <https://doi.org/10.1017/err.2018.12>
- Aparici, Roberto; García-Marín, David; Rincón-Manzano, Laura** (2019). “Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán”. *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280313. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.13>
- Bastos, Marco T.; Mercea, Dan** (2019). “The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news”. *Social science computer review*, v. 37, n. 1, pp. 38-54. <https://doi.org/10.1177/0894439317734157>
- Bochenski, Joseph M.** (1974). *Was ist autorität? Einführung in die logik der autorität*. Friburgo: Herder. [Trad. esp.: ¿Qué es autoridad? Introducción a la lógica de la autoridad. Barcelona: Herder, 1989]. ISBN: 978 3 451019395

- Brennen, J. Scott; Simon, Felix M.; Howard, Philip N.; Nielsen, Rasmus-Kleis** (2020). "Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation". *Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet*, abril 2020, pp. 1-13.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>
- Burnam, Tom** (1975). *The dictionary of misinformation*. New York: Thomas Y. Crowell. ISBN: 978 0 690001471
- Chesney, Bobby; Citron, Danielle** (2019). "Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security". *California law review*, v. 107, n. 6, pp. 1753-1820.
http://www.californialawreview.org/wp-content/uploads/2020/01/2-Chesney-Citron.34.final_.pdf
- ConSalud.es** (2014). "Proliferan los bulos por ébola en Internet", 9 octubre 2014.
https://www.consalud.es/pacientes/proliferan-los-bulos-por-ebola-en-internet_13694_102.html
- El país** (2020). "Sánchez logra el apoyo del Congreso y convoca a un acuerdo nacional del que recela la oposición", 9 abril.
<https://cutt.ly/fyTKjJx>
- eSalud** (2019). *Informe EHON: Doctor Google*. Febrero de 2019.
<https://www.geicam.org/wp-content/uploads/2019/02/informe-ehon-doctor-google.pdf>
- Galdón, Gabriel** (1994). *Desinformación: método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Eunsa. ISBN: 978 84 31312947
- Gautret, Philippe; Lagier, Jean-Christophe; Parola, Philippe; Hoang, Van Thuan; Meddeb, Line; Mailhe, Morgane; Doudier, Barbara; Courjon, Johan; Giordanengo, Valérie; Vieira, Vera-Esteves; Dupont, Hervé-Tissot, Honoré, Stéphane; Colson, Philippe; Chabrière, Eric; La-Scola, Bernard; Rolain, Jean-Marc; Brouqui, Philippe; Raoult, Didier** (2020). "Hydroxychloroquine and azithromycin as a treatment of Covid-19: Results of an open-label non-randomized clinical trial". *International journal of antimicrobial agents*, 105949. 20 March 2020.
<https://doi.org/10.1016/j.ijantimicag.2020.105949>
- Ireton, Cherilyn; Posetti, Julie** (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: handbook for journalism education and training*. Paris: Unesco Publishing. ISBN: 978 92 3 100281 6
https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf
- Jagatic, Tom N.; Johnson, Nathaniel A.; Jakobsson, Markus; Menczer, Filippo** (2007). "Social phishing". *Communications of the ACM*, v. 50, n. 10, pp. 94-100.
<https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/1290958.1290968>
- Kappes, Andreas; Harvey, Ann H.; Lohrenz, Terry; Montague, P. Read; Sharot, Tali** (2020). "Confirmation bias in the utilization of others' opinion strength". *Nature neuroscience*, v. 23, n. 11, pp. 130-137.
<https://doi.org/10.1038/s41593-019-0549-2>
- Kelland, Kate** (2020). "Speed science: The risks of swiftly spreading coronavirus research". *Reuters*. 19 February.
<https://cutt.ly/zyTKk1h>
- López-Goñi, Ignacio** (2020). "El coronavirus más mediático". *Investigación y ciencia*, n. 523, pp. 12-14.
<https://www.investigacionyciencia.es/files/53079.pdf>
- Marieta, Morgan; Barker, David C.** (2019). *One nation, two realities. Dueling facts in American democracy*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0 190677206
- Marwick, Alice; Lewis, Rebecca** (2017). *Media manipulation and disinformation online*. New York: Data & Society Research Institute.
https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf
- McKernon, Edward** (1925). "Fake news and the public. How the press combats rumor, the market rigger, and the propagandist". *Harper's magazine*, October 1925.
<https://harpers.org/archive/1925/10/fake-news-and-the-public>
- Newman, Nic** (2017). *Digital news report 2017*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf
- Nielsen, Rasmus-Kleis; Fletcher, Richard; Newman, Nic; Brennen, J. Scott; Howard, Philip** (2020). *Navigating the 'Infodemic': How people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://cutt.ly/ryTKzYp>
- Organización Mundial de la Salud** (2020). *Novel coronavirus(2019-nCoV). Situation report - 13*. 2 February.
<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>
- Pavleska, Tanja; Skolkay, Andrej; Zankova, Bissera; Ribeiro, Nelson; Bechmann, Anja** (2018). "Performance analysis of fact-checking organizations and initiatives in Europe: a critical overview of online platforms fighting fake news". *Disinformation and digital media as a challenge for democracy*, v. 6.
<http://doi.org/10.5281/zenodo.3677439>

- Pérez-Dasilva, Jesús-Ángel; Meso-Ayerdi, Koldobika; Mendiguren-Galdospín, Terese** (2020). "Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290308.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Pradhan, Prashant; Pandey, A. Kumar; Mishra, Akhilesh; Gupta, Parul; Tripathi, P. Kumar; Menon, M. Balakrishnan; Gomes, James; Vivekanandan, Perumal; Kundu, Bishwajit** (2020). "Uncanny similarity of unique inserts in the 2019-nCoV spike protein to HIV-1 gp120 and Gag" [preprint]. *bioRxiv* 2020.01.30.927871, 31 January.
<https://doi.org/10.1101/2020.01.30.927871>
- PubMed (2020). "Covid19 or SARSCov2".
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/?term=COVID19%20or%20SARSCov2&sort=date>
- Quandt, Thorsten; Frischlich, Lena; Boberg, Svenja; Schatto-Eckrodt, Tim** (2019). "Fake news". *The international encyclopedia of journalism studies*, pp. 1-6.
<https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0128>
- Resende, Gustavo; Melo, Philipe; Sousa, Hugo; Messias, Johnatan; Vasconcelos, Marisa; Almeida, Jussara; Benevenuto, Fabrício** (2019). "(Mis) information dissemination in WhatsApp: Gathering, analyzing and countermeasures". *WWW'19: The World Wide Web conference* (pp. 818-828).
<https://doi.org/10.1145/3308558.3313688>
- Rodríguez, Delia** (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan. Cómo las ideas contagiosas usan Internet para manipular a la gente*. Madrid: Gestión 2000. ISBN: 978 84 98752915
- Romero-Rodríguez, Luis M.; Valle-Razo, Ana-Luisa; Torres-Toukoumidis, Ángel** (2018). "Hacia una construcción conceptual de las fake news: epistemologías y tipologías de las nuevas formas de desinformación". En: Pérez-Serrano, María-José; Alcolea-Díaz, Gema; Nogales-Bocio, Antonia I. (eds.). *Poder y medios en las sociedades del siglo XXI* (pp. 259-273). Sevilla: Ediciones Egregius. ISBN: 978 84 17270698
- Rosen, Guy** (2020). "An update on our work to keep people informed and limit misinformation about Covid-19". 16 April 2020.
<https://about.fb.com/news/2020/04/covid-19-misinfo-update>
- Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia; Instituto Salud sin Bulos (2019). *I Guía contra los bulos en atención primaria*.
https://www.semg.es/images/stories/recursos/2019/documentos/1_guia_contra_los_bulos_en_ap.pdf
- Tandoc Jr., Edson C.; Lim, Zheng-Wei; Ling, Richard** (2018). "Defining 'fake news'". *Digital journalism*, v. 6, n. 2, pp. 137-153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Thornhill, Calum; Meeus, Quentin; Peperkamp, Jeroen; Berendt, Bettina** (2019). "A digital nudge to counter confirmation bias". *Frontiers in big data*, v. 2, n. 11, pp. 1-9.
<https://doi.org/10.3389/fdata.2019.00011>
- Ufarte-Ruiz, María-José; Anzera, Giuseppe; Murcia-Verdú, Francisco-José** (2020). "Plataformas independientes de fact-checking en España e Italia. Características, organización y método". *Revista mediterránea de comunicación*, v. 11, n. 2, pp. 1-17.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.3>
- Vizoso, Ángel; Vázquez-Herrero, Jorge** (2019). "Plataformas de factchecking en español. Características, organización y método". *Communication & society*, v. 32, n. 1, pp. 127-144.
<https://doi.org/10.15581/003.32.1.127-144>
- Wardle, Claire** (2019). "First draft's essential guide to understanding information disorder". *First draft*. October.
https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf
- Wardle, Claire; Derakhshan, Hossein** (2017). *Information disorder toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Wason, Peter C.** (1960). "On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task". *Quarterly journal of experimental psychology*, v. 12, n. 3, pp. 129-40.
<https://doi.org/10.1080/17470216008416717>
- WhatsApp (2020). "Confidencialidad y privacidad en WhatsApp". 7 abril.
<https://blog.whatsapp.com/Keeping-WhatsApp-Personal-and-Private>
- Zhou, Xingi; Zafarani, Reza** (2018). "Fake news: A survey of research, detection methods, and opportunities". *ACM Comput. Surv.*, v. 1, pp. 1-40.
<https://arxiv.org/abs/1812.00315>