

Verificación frente a desinformación en campaña: los bulos de las elecciones generales españolas de 2023

Verification against misinformation in electoral campaigns: hoaxes in the 2023 Spanish general elections

JUAN C. FIGUEROO-BENÍTEZ¹
ROSALBA MANCINAS-CHÁVEZ²
PASTORA MORENO-ESPINOSA³

Resumen

La desinformación en contextos electorales representa una amenaza para la integridad informativa y la confianza ciudadana. Este estudio analiza 165 bulos verificados por las plataformas del Proyecto Comprobado durante las elecciones generales de 2023 en España. Con un enfoque mixto, los contenidos se clasificaron según la verificadora, el periodo de publicación, el formato, el canal de difusión, la temática y las narrativas empleadas. Los resultados muestran que Maldita.es lideró la actividad de verificación, seguida de Newtral y EFE Verifica, con un pico de desmentidos en julio y agosto, coincidiendo con la campaña electoral. La desinformación circuló principalmente en formatos mixtos y audiovisuales, difundidos a través de X, WhatsApp y TikTok, con posterior amplificación en medios. Temáticamente, los bulos se centraron en fraude electoral, políticas públicas y actores políticos, con especial incidencia en la izquierda. Las verificadoras adoptaron narrativas explícitas de desmentido, mitigando la desinformación y reforzando la legitimidad democrática.

Palabras clave: desinformación, bulos, elecciones, España, verificación.

¹ Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España; figuereo@us.es; <https://orcid.org/0000-0002-9061-8482>; El autor es beneficiario de un contrato predoctoral PIF financiado por el VI PPIT-US (Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla), en el marco del grupo de investigación SEJ-675: Comunicación, pensamiento crítico y diálogo ante el cambio global (Diálogos), de la Universidad de Sevilla.

² Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España; rmancinas@us.es; <https://orcid.org/0000-0002-4218-2338>

³ Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España; pamoreno@us.es; <https://orcid.org/0000-0001-6494-130X>

Abstract

Disinformation in electoral contexts poses a threat to informational integrity and public trust. This study analyzes 165 false claims verified by the Comprobado Project platforms during Spain's 2023 general elections. Using a mixed-methods approach, the content was classified by fact-checking organization, publication period, format, dissemination channel, topic, and narrative strategies. Results show that Maldita.es led verification efforts, followed by Newtral and EFE Verifica, with a peak of activity in July and August, coinciding with the electoral campaign. False claims circulated mainly in mixed and audiovisual formats, primarily through X, WhatsApp, and TikTok, later amplified by news media. Thematically, disinformation focused on electoral fraud, public policies, and political actors, particularly on the left. Fact-checkers employed explicit debunking narratives, mitigating disinformation and reinforcing democratic legitimacy.

Keywords: disinformation, false claims, elections, Spain, fact-checking.

1. Introducción

Las elecciones generales representan un componente fundamental de la democracia, no solo como mecanismo para la selección de representantes, sino también como indicador de la calidad del debate público y del grado de confianza ciudadana en las instituciones (Al Izzati 2024). Aunque la desinformación ha estado presente históricamente en el ámbito público, en las últimas décadas su proliferación y sofisticación han incrementado la dificultad de salvaguardar la integridad de los procesos informativos y electorales, especialmente a consecuencia de la erosión de la credibilidad de las fuentes y la creciente influencia sobre la percepción social (Canavilhas et al. 2019; Ballesteros-Aguayo et al. 2024). Este fenómeno experimentó un punto de inflexión en 2016, cuando el referéndum del Brexit y la victoria de Donald Trump en Estados Unidos evidenciaron una expansión sin precedentes de la desinformación, impulsada en gran medida por la viralidad y capacidad de amplificación de las redes sociales (García-Orosa 2021). El auge de las redes sociales y plataformas digitales ha facilitado la circulación de contenidos falsos o manipulados a una velocidad y escala sin precedentes, afectando gravemente la formación de la opinión pública y, en consecuencia, el normal desarrollo de la contienda electoral (Bernal-Triviño y Clares-Gavilán 2019; Borz 2024).

En este contexto, diversos estudios han señalado el impacto de los sesgos cognitivos, la polarización ideológica, la falta de alfabetización mediática y las estrategias de manipulación informativa desplegadas tanto por actores internos como externos, que favorecen la propagación de narrativas desinformadoras en los ecosistemas digitales (Allcott y Gentzkow 2017; Wardle y Derakhshan 2017). Durante la campaña de las elecciones generales españolas de 2023, la propagación de bulos electorales alcanzó niveles notables, obligando a actores periodísticos, organismos públicos y la sociedad civil a desplegar estrategias de verificación y contranarrativa informativa (Rodríguez-Fernández et al. 2025).

En el marco de las elecciones generales españolas de 2023, la alianza Comprobado surge como un ejemplo paradigmático de colaboración entre organizaciones de verificación y medios de comunicación para combatir la desinformación en procesos electorales. Esta estrategia se fundamenta en la distribución coordinada de verificaciones entre diversos medios, lo que permite una mayor difusión de contenidos fidedignos y refuerza la transparencia informativa durante el periodo electoral. El presente artículo analiza los bulos detectados y desmentidos por las plataformas de *fact-checking* que forman parte del proyecto Comprobado —Newtral, Maldita.es, VerificaRTVE, Verificat y EFE Verifica—, centrándose en el papel de la alianza en la mitigación de la desinformación política.

La investigación aborda variables como la organización verificadora, el periodo temporal de publicación, los formatos y canales de difusión, los titulares, las temáticas, las narrativas y los focos políticos más afectados de los contenidos desinformativos. Asimismo, se exploran los retos y oportunidades en la lucha contra la desinformación política, destacando la importancia de reforzar la alfabetización mediática, consolidar las sinergias institucionales y garantizar la transparencia en los procesos comunicativos que sustentan la legitimidad democrática.

2. Marco teórico y conceptual

La proliferación de la desinformación en escenarios electorales ha alterado profundamente los procesos comunicativos y la percepción pública de las democracias contemporáneas. Diversas investigaciones evidencian la creciente interdependencia entre desinformación, polarización y crisis de confianza, conformando un triángulo que agrava la vulnerabilidad democrática en periodos electorales (Teruel-Rodríguez 2023).

La polarización puede definirse como el proceso a través del cual las percepciones, opiniones y emociones políticas de la ciudadanía tienden a radicalizarse y situarse en posiciones antagónicas (Magallón-Rosa 2022; Masip et al. 2020). En los entornos digitales actuales, los algoritmos de las plataformas y la lógica de la viralización intensifican estos procesos, reforzando los sesgos de confirmación y facilitando la formación de “cámaras de eco”, que dificultan la exposición a puntos de vista divergentes (Lombana-Bermúdez et al. 2022). La literatura ha demostrado que la desinformación desempeña un papel catalizador: los bulos y contenidos manipulados movilizan emociones intensas y refuerzan la división ideológica, consolidando identidades políticas cada vez más cerradas (Reguero y Berdón 2025; Pérez-Escoda y Freire 2023).

Por otra parte, la crisis de confianza se articula en torno a la erosión de la credibilidad y legitimidad de las instituciones mediáticas, políticas y sociales (Barrios-Rubio y Gutiérrez-García 2022). Esta crisis hunde sus raíces en la percepción ciudadana de manipulación o de opacidad informativa, potenciada por la saturación de desinformación y por el incremento de la polarización social (Casás y Fernández Lombao 2025). Frente a la desconfianza en medios tradicionales y autoridades, la ciudadanía opta con frecuencia por recurrir a entornos alternativos menos regulados,

aumentando así su exposición a bulos y alimentando un ciclo de desafección democrática (Sánchez-Cuenca 2022).

En consecuencia, durante los procesos electorales, la interacción entre desinformación, polarización y crisis de confianza genera escenarios especialmente críticos para la estabilidad democrática. La desinformación no solo estimula la polarización; además erosiona la confianza institucional y expone a la ciudadanía a narrativas manipuladas. A su vez, la polarización social eleva la susceptibilidad a creencias erróneas o a bulos, mientras que la crisis de confianza facilita la difusión de mensajes extremistas y dificulta la consolidación de acuerdos y consensos básicos (Berrocal-Gonzalo et al. 2023; Berger 2021).

Para abordar de manera rigurosa el fenómeno de la desinformación política en periodos electorales, este estudio considera tres variables fundamentales que permiten caracterizar y analizar los bulos difundidos. La variable “Temática” alude a la categoría temática principal a la que remite el contenido desinformativo, que puede estar asociado a fraude electoral, políticas públicas, actores políticos, u otros ámbitos relevantes para el debate público y electoral (López-Martín y Gómez-Calderón 2022; Pérez-Escoda y Freire 2023). Esta distinción facilita identificar qué aspectos específicos son más susceptibles a la generación y circulación de desinformación.

La variable “Narrativa” se refiere a la estrategia discursiva empleada para dotar de verosimilitud al bulo, tales como la exageración, manipulación visual, descontextualización de hechos o atribución falsa, entre otras (López-Martín y Gómez-Calderón 2022; Hidalgo et al. 2024). Analizar estas narrativas es clave para comprender cómo se construyen y perciben los bulos, y la manera en que buscan influir en la opinión pública mediante técnicas de persuasión y engaño.

Por último, el “Foco político” indica la orientación política hacia la que se dirige el bulo o contra la que se construye, identificando si los ataques o desinformaciones están dirigidos a la izquierda, la derecha, instituciones o actores políticos específicos (Blanco-Alfonso et al. 2021; López-Martín et al. 2023; Gelado-Marcos et al. 2025). Esta variable permite explorar el grado de polarización inducida y el impacto diferencial en los distintos sectores del espectro político.

La consideración conjunta de las variables contribuye a un análisis detallado y multifacético de la desinformación en campaña electoral y su papel en la dinámica política contemporánea, siguiendo enfoques teóricos y metodológicos empleados en investigaciones recientes sobre la materia.

3. Estado de la cuestión

La desinformación política no constituye un fenómeno reciente; sin embargo, su impacto se ha intensificado de forma exponencial en el ecosistema digital contemporáneo, caracterizado por la baja barrera de acceso, la fragmentación informativa y la viralidad inherente a las plataformas sociales, que

facilitan la circulación masiva de rumores, bulos y narrativas engañosas o falsas (Poch-Butler et al. 2024; Surjatmodjo et al. 2024). La literatura académica ha señalado que los procesos electorales son especialmente vulnerables a estas dinámicas (García-Marín y Salvat 2021), en gran medida debido a la interacción de factores estructurales y psicológicos: los sesgos cognitivos, la polarización ideológica, la limitada alfabetización mediática y las estrategias de manipulación informativa (Allcott y Gentzkow 2017; Wardle y Derakhshan 2017).

Las plataformas de *fact-checking* se han consolidado como actores de referencia en la detección, desmentido y pedagogía sobre la desinformación (Mesquita et al. 2024). Estudios recientes reconocen su papel como herramienta de mitigación frente a la circulación de contenidos falsos, aunque también advierten sobre sus limitaciones, como el alcance comparativamente reducido frente a la velocidad viral de la desinformación, la desconfianza ciudadana hacia las fuentes verificadoras y el incremento de la sofisticación en las tácticas desinformativas (Graves y Mantzarlis 2020; Moreno et al. 2024).

En el caso español, las investigaciones sobre campañas electorales recientes han documentado una serie de patrones temáticos recurrentes: la puesta en duda del voto por correo y de la limpieza del proceso, la manipulación de encuestas y resultados, la desinformación en torno a empresas tecnológicas encargadas del recuento y la instrumentalización de recursos visuales —imágenes, vídeos o gráficos— para distorsionar la realidad política (Rodríguez-Fernández et al. 2025; Fenoll et al. 2024). Estos bulos suelen apoyarse en estrategias retóricas y emocionales destinadas a conferir apariencia de veracidad y fomentar la adhesión acrítica a narrativas engañosas (Gutiérrez-Coba y Rodríguez-Pérez 2023). No obstante, la respuesta coordinada entre verificadores, medios y organismos públicos ha demostrado cierta eficacia para contener y contextualizar los contenidos falsos, especialmente cuando se articula junto con estrategias de alfabetización mediática y con iniciativas de transparencia institucional (Morejón 2020).

A pesar de estos avances, la constante actualización de las dinámicas y narrativas desinformativas demanda una vigilancia activa, flexible y coordinada por parte de todos los actores implicados (Wack et al. 2024). Desde esta perspectiva, el presente estudio pretende ofrecer una panorámica actualizada sobre los patrones de desinformación durante las elecciones generales españolas de 2023, contribuyendo al debate académico y a la práctica profesional en el ámbito de la comunicación política.

En el escenario mediático español, las plataformas de *fact-checking* han adquirido un papel central como garantes de la transparencia y la veracidad en el debate público, particularmente en periodos electorales caracterizados por la intensificación de los bulos (Vizoso y López 2020). Entre las más destacadas se encuentran Newtral, Maldita.es, VerificaRTVE, Verificat y EFE Verifica, cada una con características distintivas que enriquecen el ecosistema de la verificación y la educación mediática (Loterio-Echeverri et al. 2018). Algunas de estas entidades han comenzado a incorporar herramientas de inteligencia artificial en sus procesos de verificación, especialmente para la detección temprana de desinformación viral y el análisis automatizado de contenidos digitales. No obstante, las citadas

innovaciones tecnológicas se combinan con la revisión y validación humanas, lo que garantiza tanto la fiabilidad del proceso como la transparencia en la comunicación de los resultados (Cuartielles et al. 2024).

Newtral, fundada en 2018, combina verificación, periodismo de datos y producción audiovisual (Almansa-Martínez et al. 2022), con una marcada vocación internacional avalada por su pertenencia a la International Fact-Checking Network (IFCN). Maldita.es, de carácter independiente y comunitario, se ha consolidado como referente en la lucha contra los bulos, destacando por su enfoque participativo y su apuesta por la transparencia en los procesos de verificación (Bernal-Triviño y Clares-Gavilán 2019; Cárdenas et al. 2022). VerificaRTVE, como unidad del servicio público, aporta legitimidad institucional y capacidad de amplificación a los desmentidos mediante los canales de la radiotelevisión pública (Sánchez-Esparza et al. 2024). Verificat, con sede en Cataluña, combina la verificación en catalán y castellano con iniciativas de alfabetización mediática, una marcada atención al contexto regional y una atención importante a las declaraciones de los actores políticos (López-Martín et al. 2023). Por su parte, EFE Verifica, integrada en la agencia de noticias de referencia en el ámbito hispano, se distingue por su alcance global y su inserción en redes internacionales de verificación (Hidalgo et al. 2025).

El trabajo coordinado de estas entidades se ha visto reforzado por el Proyecto Comprobado, una iniciativa colaborativa que aglutina a las principales plataformas españolas en un esfuerzo conjunto de cotejo de información, desmentido colectivo y difusión de verificaciones (Blanco-Alfonso et al. 2021). Según su página web, la filosofía de Comprobado se basa en la sinergia, el intercambio ágil de información y la amplificación de los desmentidos, lo que permite no solo responder de forma más rápida a la propagación de bulos, sino también incrementar la transparencia metodológica y la confianza ciudadana. Durante las elecciones generales de 2023, esta coordinación se tradujo en una respuesta cohesionada y eficaz frente a la ola de desinformación, con capacidad para abarcar un amplio espectro temático y geográfico (Comprobado 2023).

En un ámbito europeo, Morejón Llamas y Tarín Sanz (2025) han analizado el papel del *fact-checking* colaborativo en el continente frente a la desinformación bélica, especialmente en el contexto de las elecciones al Parlamento Europeo de 2024. La investigación se centra en la iniciativa Elections24Check, impulsada por la European Fact-Checking Standards Network (EFCSN), que coordinó la verificación transnacional ante bulos relacionados con los conflictos Rusia-Ucrania e Israel-Palestina. Los resultados muestran el protagonismo de las agencias españolas y un interés predominante en la guerra ruso-ucraniana sobre otras temáticas. El estudio constata que, aunque la cooperación es valiosa para mejorar la respuesta ante la desinformación, persisten retos en la coordinación interna y en la diversificación de estrategias más allá del simple desmentido de bulos.

En el ecosistema de verificación digital en español, también destaca la alianza Factchequeado, una iniciativa colaborativa integrada por medios y plataformas hispanas en Estados Unidos cuyo objetivo principal es combatir la desinformación que afecta a las comunidades latinas. Factchequeado actúa como un puente entre periodistas, medios de comunicación, creadores de contenido y líderes sociales,

generando y distribuyendo semanalmente contenidos originales en español e impulsando actividades de alfabetización mediática, formación y experimentación tecnológica (Puente 2023).

Diversos trabajos académicos han abordado el papel y funcionamiento de la iniciativa colaborativa Comprobado en el marco del *fact-checking* durante procesos electorales en España. Vizoso y López García (2020) analizaron en detalle cómo las plataformas Newtral y la alianza Comprobado desplegaron estrategias de verificación de informaciones y declaraciones políticas durante la campaña electoral nacional. Su capítulo documenta la operativa de verificación en tiempo real llevada a cabo en debates televisados, profundizando en los criterios de selección de los contenidos, los temas predominantes y el impacto generado en la calidad del discurso político. Los autores concluyen que Comprobado constituyó una referencia por su capacidad de aglutinar a diferentes medios y agencias verificadoras, dando lugar a una respuesta colaborativa organizada frente a la desinformación electoral. Además, destacan la relevancia de la verificación en directo para proporcionar aclaraciones exhaustivas sobre afirmaciones políticas y detectar bulos en tiempo real, subrayando así la profesionalización y evolución de las prácticas verificadoras en España, así como los desafíos éticos y metodológicos que persisten para el *fact-checking* en periodos electorales.

Por otra parte, Cuartielles y Carral (2024) centran su investigación en las dinámicas internas, el funcionamiento y la viabilidad de las alianzas de *fact-checking* en España, tomando como estudio de caso la reedición de Comprobado durante las elecciones generales de 2023. A partir de entrevistas semiestructuradas a profesionales de plataformas participantes, estos autores identifican la necesidad de establecer una coordinación externa y de crear instrumentos comunitarios, como una base de datos compartida sobre desinformaciones y una escala común de valoración. Sus hallazgos resaltan la importancia de definir políticas de intercambio de verificaciones entre los distintos medios involucrados, lo que facilita una respuesta ágil y colaborativa ante la difusión de bulos en procesos electorales. Si bien la evaluación global de la alianza es positiva, el estudio reconoce áreas de mejora relacionadas con la medición del impacto de estas iniciativas y la gestión de la diversidad de enfoques periodísticos dentro del colectivo.

En un contexto mediático español marcado por la tensión entre redacciones y la polarización informativa, las alianzas de tipo *cross-sharing* se perfilan como la opción más eficiente y viable para abordar la desinformación de manera conjunta y efectiva. Esta integración de resultados evidencia tanto la evolución del *fact-checking* en España como la complejidad de su sostenibilidad y articulación colaborativa en los escenarios de mayor exigencia democrática, como son las campañas electorales.

En consecuencia, esta investigación reviste un especial interés al ofrecer un análisis exhaustivo de la desinformación difundida durante las elecciones generales españolas de 2023. El estudio proporciona una panorámica actualizada y detallada que supera los enfoques meramente descriptivos de trabajos anteriores. En conjunto, constituye una aportación relevante al conocimiento sobre la desinformación política contemporánea en España, tanto por la especificidad de su enfoque como por la atención que dedica a las nuevas alianzas y estrategias colaborativas de verificación.

4. Objetivos y metodología

Dada la creciente incidencia y sofisticación de la desinformación durante las elecciones generales españolas de 2023, resulta imprescindible preguntarse: ¿cuáles son las características y dinámicas principales de los bulos políticos verificados durante las elecciones generales españolas de 2023 en función de su formato, canal de difusión, temática, narrativa y foco político? Este artículo aborda dichas cuestiones y presenta como objetivo principal analizar los patrones de desinformación política durante las elecciones generales españolas de 2023, a partir de los bulos detectados y desmentidos por las principales plataformas de *fact-checking* españolas —Newtral, Maldita.es, VerificaRTVE, Verificat y EFE Verifica— integradas en el Proyecto Comprobado. De manera específica, se pretende: (a) identificar la participación y el rol de cada verificadora; (b) examinar la temporalidad de la circulación de los bulos; (c) clasificar los formatos y canales de difusión utilizados; y (d) analizar los titulares, temáticas, narrativas y el foco político de los contenidos desinformativos.

Para abordar estos objetivos, se adoptó un enfoque exploratorio, descriptivo y analítico, que combina principalmente metodologías cuantitativas con un análisis de contenido sistemático, siguiendo los principios establecidos por Krippendorff (2004). Este enfoque permite realizar un estudio en profundidad de los bulos electorales, considerando tanto sus características formales —como el tipo de formato y canal de difusión— como sus dimensiones discursivas y temáticas.

El corpus analizado incluye los 165 registros de desinformación (N= 165) verificados y publicados por las plataformas del Proyecto Comprobado en la web <https://comprobado.es> durante el contexto electoral, tras aplicar un proceso de depuración que contempló: la eliminación de publicaciones duplicadas dentro de una misma verificadora, la exclusión de contenidos de la sección Maldita Explica, la eliminación de los desmentidos específicos de los debates electorales y, por el contrario, la conservación de publicaciones que recopilaban listados de bulos desmentidos. Los contenidos de la sección Maldita Explica han sido excluidos de la investigación principalmente porque su naturaleza explicativa difiere del enfoque tradicional de *fact-checking*, ya que suelen estar orientados a la divulgación, la contextualización y el *prebunking* más que a la verificación directa de hechos concretos o bulos específicos. Esta depuración asegura que el corpus refleje de manera representativa y coherente los bulos más relevantes y sus verificaciones, evitando redundancias o contenido explicativo que no constituye un desmentido directo.

El análisis se estructuró en diferentes fases: (1) codificación de las variables de interés —verificadora, periodo temporal, formato, canal, titular, temática, narrativa y foco político—; (2) categorización y cuantificación de los registros; y (3) interpretación de los resultados en relación con los marcos teóricos existentes sobre desinformación, polarización política y *fact-checking*. Dicha metodología permite identificar patrones recurrentes y tendencias emergentes en la circulación de bulos, así como evaluar la eficacia y el alcance de la labor de verificación en el entorno electoral español.

Con el fin de garantizar la sistematicidad del análisis, a cada una de las publicaciones recopiladas en la web del Proyecto Comprobado se le aplicó una ficha de codificación elaborada a partir de

referentes metodológicos en investigaciones previas sobre desinformación y bulos (Blanco-Alfonso et al. 2021; López-Martín y Gómez-Calderón 2022; López-Martín et al. 2023; Pérez-Escoda y Freire 2023; Hidalgo et al. 2024; Gelado-Marcos et al. 2025). Al esquema se incorporaron, además, variables de carácter *ad hoc*, diseñadas específicamente para atender a los objetivos particulares del estudio. La ficha quedó organizada en tres bloques principales:

- I) Información de registro: recoge los datos básicos de identificación de cada pieza, incluyendo la plataforma verificadora responsable y la fecha de publicación del desmentido.
- II) Análisis formal: contempla aspectos relativos a la forma en que circula la desinformación, tales como el formato predominante (texto, imagen, vídeo, contenido mixto, entre otros) y el canal de difusión principal (redes sociales, plataformas de mensajería, medios de comunicación, etc.).
- III) Análisis del contenido del bulo: examina los elementos sustantivos de la desinformación, prestando atención a los titulares empleados, las temáticas tratadas, las narrativas utilizadas para dotar de verosimilitud al mensaje y el foco político hacia el que se orienta el bulo.

Tabla 1. Variables de codificación aplicadas al corpus del Proyecto Comprobado

Bloque	Variable	Definición operativa	Valores / categorías
I) Información de registro	Verificadora	Plataforma de <i>fact-checking</i> responsable de la publicación del desmentido	Newtral / Maldita.es / VerificaRTVE / Verificat / EFE Verifica
	Fecha de publicación	Momento en que la verificadora publica el desmentido en su página web	Fecha (día/mes/año)
II) Análisis formal	Formato	Tipo de recurso empleado en la difusión del bulo	Texto / Imagen / Vídeo / Mixto
	Canal de difusión	Medio o plataforma principal a través de la cual circuló el bulo	X (Twitter) / WhatsApp / TikTok / Facebook / Instagram / Telegram / Medios tradicionales / Otros
III) Análisis de contenido	Titular	Encabezado utilizado en la publicación verificadora que resume el desmentido	Texto libre (se codifica)
	Temática	Categoría temática principal a la que remite el contenido desinformativo	Fraude electoral / Políticas públicas / Actores políticos / Otros
	Narrativa	Estrategia discursiva utilizada para dotar de verosimilitud al bulo	Exageración / Manipulación visual / Descontextualización / Atribución falsa / Otros
	Foco político	Orientación política hacia la que se dirige el bulo o contra la cual se construye	Izquierda / Derecha / Instituciones / Otros

Fuente: elaboración propia.

La sistematización de estas variables, presentada en la Tabla 1, ofrece un marco metodológico sólido que garantiza la coherencia en la clasificación de las piezas analizadas, al tiempo que facilita la comparación con investigaciones previas sobre desinformación en contextos electorales y favorece la replicabilidad del estudio. La codificación completa se puede consultar en el siguiente Dataset: <https://doi.org/10.12795/11441/180702>

5. Resultados

5.1. Participación de las verificadoras

El análisis de los registros (N = 165) pone de manifiesto una clara preeminencia de Maldita.es, que concentra 106 casos, consolidándose como la organización de verificación con mayor actividad en el marco del proyecto Comprobado (64,2 %). A una distancia considerable se sitúa Newtral, con 30 desmentidos, seguida de EFE Verifica, que alcanza 18 intervenciones. En un nivel claramente más reducido aparecen VerificaRTVE (6) y Verificat (5), cuya aportación resulta marginal en el conjunto del corpus analizado. Estos datos, que se muestran en la Tabla 2, evidencian el predominio estructural de Maldita.es en las tareas de detección y desmentido de bulos durante el periodo estudiado, al tiempo que muestran cómo el resto de las plataformas verificadoras, aunque con una menor producción, desempeñaron un papel complementario que contribuyó a garantizar la pluralidad y diversidad de enfoques en el proceso de verificación.

Tabla 2. Número de desmentidos por verificadora

<i>Verificadora</i>	<i>Nº de desmentidos</i>	<i>% sobre el total (N=165)</i>	<i>Observación principal</i>
Maldita.es	106	64,2 %	Predominio estructural y mayor actividad
Newtral	30	18,2 %	Segunda en número de intervenciones
EFE Verifica	18	10,9 %	Actividad intermedia
VerificaRTVE	6	3,6 %	Participación reducida
Verificat	5	3,0 %	Participación marginal

Fuente: elaboración propia.

5.2. Periodo temporal de los desmentidos

El periodo temporal de publicación de los bulos y sus desmentidos por parte de las organizaciones de verificación españolas Maldita.es, Newtral, EFE Verifica, Verificat y VerificaRTVE en la web del Proyecto Comprobado se extiende desde el 10 de noviembre de 2022 hasta el 8 de junio de 2025,

lo que supone un rango cercano a los tres años. No obstante, la mayor concentración de registros se observa en 2023, coincidiendo con la celebración de las elecciones generales, con especial intensidad en los meses de julio y agosto. Destacan de manera significativa los días 27 y 28 de julio de 2023, que registran un volumen excepcional de repeticiones, así como los días 18, 20 y 21 de julio del mismo año, lo que evidencia una concentración de desmentidos en un breve intervalo del verano electoral. En contraste, los registros fechados en 2022 y 2025 son puntuales y aislados, funcionando como referencias extremas dentro del marco analizado. Estos casos pueden explicarse, en algunos ejemplos, por la reaparición de bulos previos vinculados al marco electoral, y en otros, por actualizaciones posteriores de la información o la persistencia de narrativas que continuaron cuestionando los resultados de los comicios.

5.3. Formato de la desinformación verificada

La clasificación de los formatos utilizados para vehicular la desinformación verificada, basada en la codificación de las publicaciones, revela la primacía de los contenidos mixtos y audiovisuales sobre el formato puramente textual.

Tabla 3. Formato de la desinformación

<i>Formato</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>% sobre el total</i>
Varios	85	51,8 %
Texto	49	29,9 %
Vídeo	24	14,6 %
Imagen	6	3,7 %

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 3, el formato Varios exhibe la mayor frecuencia en la muestra, lo cual denota que la desinformación en el escenario electoral se sustenta, de forma preponderante, en la combinación de elementos: texto superpuesto a imágenes, fragmentos de vídeo acompañados de texto manipulador, o capturas de pantalla de redes sociales y aplicaciones de mensajería (WhatsApp y Telegram). Esta dependencia del formato mixto subraya una estrategia que busca aumentar la credibilidad percibida y la viralidad de los contenidos, explotando la naturaleza multimodal de las plataformas digitales.

El formato Vídeo y Foto/Imagen representan, conjuntamente, una parte significativa de los contenidos verificados. La alta incidencia de formatos audiovisuales e icónicos es un indicador de la sofisticación de la desinformación, donde la manipulación de la imagen y el vídeo (sacándolos de contexto o editándolos) se utiliza para generar un impacto emocional inmediato y difícil de refutar.

En contraste, el formato *Texto* presenta una frecuencia menor. Si bien el texto es el componente esencial de cualquier bulo, su menor presencia como formato exclusivo sugiere que las verificadoras dedican un mayor esfuerzo a desmentir aquellas narrativas que utilizan componentes visuales o la combinación de varios medios. El formato *Imagen* puro tiene una presencia menos notable, aunque su inclusión es relevante para señalar que la desinformación se dispersa por todos los canales posibles, adaptándose a las dinámicas de consumo de contenidos.

5.4. Canales de propagación de la desinformación

La codificación de los canales de origen y difusión de los bulos verificados revela la naturaleza ubicua y segmentada de la desinformación durante la campaña electoral de 2023, con una clara dependencia de los ecosistemas digitales.

Tabla 4. Canales de la desinformación

<i>Plataforma / Fuente</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>% sobre el total</i>
X (Twitter)	95	53,7 %
WhatsApp	20	11,3 %
TikTok	18	10,2 %
Facebook	17	9,6 %
Instagram	10	5,6 %
Telegram	7	4,0 %
Medios de comunicación	7	4,0 %
YouTube	2	1,1 %
Blog	1	0,6 %

Fuente: elaboración propia.

La Tabla 4 muestra que la plataforma X (anteriormente Twitter) y las combinaciones que la incluyen, junto con WhatsApp, emergen como los canales de mayor incidencia. La alta frecuencia de X sugiere su rol principal como esfera pública de polarización, donde las narrativas de desinformación son lanzadas, amplificadas por cuentas anónimas o bots, e inmediatamente viralizadas. Por su parte, la significativa presencia de WhatsApp subraya la importancia de los canales de mensajería privada y cifrada, que dificultan la trazabilidad del bulo y facilitan su distribución en cámaras de eco cerradas, un entorno crucial para la desinformación sobre el proceso electoral (fraude logístico).

Se observa que la desinformación rara vez se limita a un único canal. La elevada presencia de combinaciones como X; Facebook; TikTok y WhatsApp; Medios de comunicación indica una estrategia de difusión multicanal y transmedia. Los bulos se originan en plataformas virales (X, TikTok), se consolidan en redes sociales amplias (Facebook) y, posteriormente, se inyectan en entornos privados (WhatsApp) o son recogidos y legitimados voluntaria o involuntariamente por medios de comunicación tradicionales o alternativos. Esta interconexión exige una respuesta de *fact-checking* que no solo desmienta el contenido, sino que mapee su flujo entre distintas esferas.

El análisis también destaca la relevancia de las plataformas centradas en contenido audiovisual, como TikTok y YouTube, a menudo en combinación con otros canales. Esto confirma una tendencia hacia la visualización de la desinformación, donde los bulos adoptan formatos cortos y dinámicos que apelan a audiencias más jóvenes o que evitan el consumo de noticias textuales.

El estudio de los canales de propagación de los bulos se complementa de manera crítica con la identificación de medios de comunicación y cabeceras informativas que han actuado como amplificadores, o incluso como fuente primaria, de contenidos desinformativos durante el periodo electoral. Este hallazgo es de particular relevancia para la sección de resultados, pues indica que la desinformación trascendió los ecosistemas anónimos de las redes sociales para inocularse en la esfera pública a través de canales con una presunción de legitimidad.

La lista de medios y programas involucrados, que incluye a *El Mundo*, *ABC*, *Voz Pópuli*, *Alerta Digital*, *El Debate*, *Diario Ara*, TV3 y Sky News (internacional), sugiere un patrón de propagación que no se limita a un único espectro ideológico o geográfico, aunque la presencia de cabeceras digitales y generalistas con líneas editoriales marcadas es notoria. La aparición de programas de debate y opinión (como *El Debate*) indica que la desinformación puede ser introducida y legitimada no solo a través de la publicación de noticias falsas, sino mediante la tergiversación discursiva en el análisis y la opinión.

5.5. Análisis del discurso de los titulares

El análisis discursivo del *corpus* de titulares de verificación revela un patrón estructural y lingüístico altamente uniforme, diseñado estratégicamente para confrontar la desinformación con asertividad y certeza comunicativa. La característica dominante es la refutación categórica e inmediata, manifestada mediante la anteposición de un clasificador negativo explícito, como “No”, “Falso” o “Bulo”, en la vasta mayoría de las entradas. Esta uniformidad cumple una función de anclaje semántico crucial, estableciendo de forma instantánea la naturaleza espuria del contenido desmentido. Dicha técnica discursiva refuerza la certeza comunicativa del mensaje, lo que resulta esencial para operar como un freno cognitivo ante la viralidad y la propagación de bulos en entornos de alta saturación informativa.

Un segundo rasgo estructural notable es el uso de la *deixis* y la especificidad multimedia en la identificación del bulo. Los verificadores recurren frecuentemente a la mención directa del formato o canal del contenido con expresiones como “Este vídeo”, “Esta imagen/fotografía” o “Este mensaje de

móvil”. La estrategia cumple un doble propósito: por un lado, evidencia la centralidad de los contenidos multimedia y la mensajería privada como principales vectores de desinformación durante el ciclo electoral; por otro, permite a los usuarios una identificación precisa del elemento descontextualizado o manipulado que debe ser desestimado, contrarrestando la estrategia de la desinformación de operar a través de códigos visuales de alta credibilidad percibida.

En el plano temático, el léxico empleado en los titulares opera como un inventario lingüístico de las amenazas detectadas, confirmando la estrategia dual de la desinformación. La recurrencia de términos como “fraude electoral”, “voto por correo” o “Junta Electoral Central” subraya la prioridad otorgada a contrarrestar el ataque estructural a la integridad de los comicios. De manera concurrente, la mención de “IVA a la luz y el gas”, “subida de impuestos” o “pensiones” refleja la estrategia de explotar las ansiedades económicas y sociales para generar alarma. Finalmente, las alusiones a las declaraciones falsas y los pactos secretos de los líderes políticos indican una guerra de atributos destinada a la polarización. En síntesis, el patrón discursivo de los titulares se configura como una defensa comunicativa sistemática, orientada a la refutación asertiva de una desinformación que busca, simultáneamente, la deslegitimación institucional y la confrontación social.

5.6. Clasificación temática de la desinformación

La distribución temática de los bulos analizados permite identificar los ejes narrativos centrales explotados a través de la desinformación durante la campaña de las elecciones generales de 2023. Se observa una concentración significativa de los esfuerzos de verificación en tres categorías principales: el proceso democrático, las políticas públicas y las declaraciones de actores políticos.

Tabla 5. Temas sobre los que versan los bulos

<i>Categoría principal</i>	<i>Subtemáticas</i>	<i>Ejemplos de bulos verificados</i>	<i>Contexto y análisis de verificación</i>
Proceso democrático / electoral	- Fraude electoral (logístico, voto por correo, escrutinio)- Material electoral (papeletas, censo)	“No hay pruebas de que el voto por correo sea un pucherazo” “No, la Junta Electoral Central no ha prohibido el uso del programa de conteo” “No, esta imagen no es una papeleta del Congreso para el 23-J”	La desinformación sobre el proceso electoral fue el vector más relevante durante las elecciones de 2023. La saturación de bulos sobre fraude electoral refleja una estrategia para erosionar la confianza en la integridad de los comicios. Los esfuerzos de verificación se centraron en refutar fraudes logísticos y desinformación sobre material electoral, destacando la función de las verificadoras como contrapeso institucional
Políticas públicas y economía	- Gasto e impuestos- Pensiones y deuda	“No, el Gobierno no ha subido el IVA de la luz” “La desinformación de que el Gobierno va a reducir las pensiones”	Se priorizó contrarrestar la alarma social y económica generada por datos falsos sobre gasto público, impuestos, pensiones y deuda. La verificación buscó desmentir narrativas que creaban incertidumbre sobre la gestión pos-electoral
Narrativas sociales y contenciosas	- Inmigración- Colectivo LGTBIQ+- Racismo- Independencia de Cataluña	Bulos con carga ideológica o polarizadora sobre migración, derechos LGTBIQ+, racismo explícito o soberanismo catalán	Los bulos en esta categoría explotaron controversias sociales y clivajes ideológicos, con el objetivo de movilizar el voto y acentuar la polarización. La verificación abordó tanto racismo explícito como debates territoriales, como la independencia de Cataluña
Actores políticos y manipulación de contenido	-Declaraciones falsas atribuidas a líderes (Sánchez, Feijóo, Díaz)- Manipulación audiovisual y fotográfica	“No, Yolanda Díaz no ha dicho ‘El dinero es de todos’” “No, esta fotografía del Rey emérito no es actual”	La verificación se centró en desmentir la atribución falsa de declaraciones y la manipulación de imágenes de líderes políticos. Se buscó contrarrestar la polarización y la deslegitimación de actores políticos, confirmando que la estrategia de desinformación era múltiple y coordinada

Fuente: elaboración propia.

El análisis temático de las verificaciones revela que la desinformación sobre el proceso electoral constituyó el vector más relevante en la actividad de *fact-checking* durante las elecciones de 2023, manifestado en la alta concentración de titulares que hacen referencia al fraude electoral. La saturación sugiere una estrategia predominante de desinformación dirigida a la vulneración de la integridad electoral mediante narrativas que erosionaron la confianza en la limpieza y legitimidad de los comicios.

Específicamente, los esfuerzos de verificación se centraron en la refutación del fraude logístico, abordando bulos explícitos sobre la manipulación del voto por correo —como el desmentido “No hay pruebas de que el voto por correo sea un pucherazo”— y la gestión del escrutinio (“No, la Junta Electoral Central no ha prohibido el uso del programa de conteo”). Esta categoría se complementa con la desinformación electoral, que abarca la refutación de bulos sobre el material electoral, incluyendo la validez de las papeletas y el censo (“No, esta imagen no es una papeleta del Congreso para el 23-J”). La prioridad en desmentir estas narrativas de desconfianza subraya la función de las verificadoras como contrapeso institucional frente a los intentos de deslegitimar el sistema democrático.

Una segunda área de actividad sustancial para las verificadoras se orientó a contrarrestar la *Desinformación sobre Políticas Públicas y Economía*, donde el enfoque principal radicó en refutar datos, cifras y pronósticos de gestión destinados a generar alarma social y económica pos-electoral. Dentro de este ámbito, los títulos abordaron bulos sobre gasto e impuestos, mediante el desmentido de supuestas subidas inminentes de costes esenciales (“No, el Gobierno no ha subido el IVA de la luz”) y la refutación de narrativas sobre la sostenibilidad de las pensiones y la deuda, buscando generar incertidumbre en sectores poblacionales clave a través de afirmaciones sobre la reducción de prestaciones (“La desinformación de que el Gobierno va a reducir las pensiones”).

Finalmente, las categorías restantes de verificación se concentraron en las *Narrativas sociales y contenciosas*, así como en la *Manipulación de contenido atribuible a actores políticos*. Una proporción significativa de los esfuerzos de verificación se dirigió a desmentir bulos sobre temas de alta sensibilidad ideológica, como la *Inmigración* y el colectivo *LGTBIQ+*. La refutación de estas narrativas evidencia el uso estratégico de controversias sociales para movilizar el voto y acentuar la polarización, con títulos que incluso abordan directamente el *Racismo* explícito. En el ámbito territorial, la persistencia de bulos relativos a la *Independencia de Cataluña* confirma la explotación continua de clivajes estructurales en el discurso de la desinformación electoral.

Simultáneamente, la *Desinformación sobre Actores Políticos y Manipulación Audiovisual* constituyó un foco central para las verificadoras. Dicha dimensión se orientó a verificar la autenticidad de las declaraciones e imágenes asociadas a los líderes de alto perfil. El trabajo incluyó la refutación de la *atribución falsa de citas* y propuestas inventadas a candidatos clave (Pedro Sánchez, Alberto Núñez Feijóo, Yolanda Díaz) con el objetivo de polarizar el debate (“No, Yolanda Díaz no ha dicho ‘El dinero es de todos’”). Asimismo, se detectó un esfuerzo sistemático por desmentir la *manipulación de contenido visual y fotográfico*, que había sido editado o sacado de contexto para distorsionar la imagen pública de los actores políticos (“No, esta fotografía del Rey emérito no es actual”). En su conjunto, estos datos confirman que las verificadoras respondieron a una estrategia de desinformación múltiple que buscaba deslegitimar el proceso democrático, desacreditar a los líderes y polarizar el debate social.

5.7. Las narrativas

En el corpus analizado, la exageración constituye el 31,3 % de los casos, la descontextualización el 29,5 %, la atribución falsa el 28,3 % y la manipulación visual el 10,8 %. De este modo, la categoría más frecuente de narrativa desinformativa es la exageración, seguida muy de cerca por la descontextualización y la atribución falsa. En un nivel cuantitativamente menor, aunque no menos significativo, se encuentra la manipulación visual. Este patrón refleja un predominio de estrategias discursivas basadas en la amplificación de los hechos y en la alteración de su contexto o autoría, frente a aquellas que implican una transformación más elaborada de los elementos visuales.

La exageración es una estrategia recurrente que consiste en magnificar cifras, hechos o consecuencias para generar alarma y polarización. Destacan bulos como la denuncia de millones de votos “desaparecidos” en el recuento, la supuesta drástica caída del censo electoral, o la afirmación de que elegir la fecha más calurosa del año para la votación era un acto deliberado para dificultar la participación. En todos estos casos, los datos reales resultan mucho menos impactantes, y las cifras son desmentidas por fuentes oficiales.

Los bulos basados en manipulación visual se apoyan en imágenes, vídeos o capturas de pantalla alterados o presentados fuera de contexto para respaldar afirmaciones falsas. Ejemplos significativos incluyen montajes fotográficos sobre resultados electorales con datos manipulados (p. ej: gráficos y tablas atribuidas erróneamente a la empresa Indra), videos con audios falseados de presentadores, imágenes antiguas reaparecidas como actuales (como discursos del rey Felipe VI o videos de compra de votos de años anteriores).

La descontextualización implica utilizar elementos reales –como declaraciones, sucesos o documentos– sacándolos de su momento temporal, marco político o geográfico para atribuirles un nuevo significado que apoye el bulo electoral. Ejemplo de ello es la publicación de videos de votaciones o incidentes en procesos electorales pasados, presentados como si hubieran sucedido en las elecciones de 2023; o la interpretación distorsionada de la rápida votación en Villarroya como fraude, cuando se da repetidamente por peculiaridades locales y no por irregularidad.

La atribución falsa se materializa en bulos que conceden afirmaciones, intenciones o comportamientos inexistentes a candidatos, partidos o instituciones. Entre los ejemplos más destacados se encuentran mensajes según los cuales Yolanda Díaz habría anunciado eliminar fronteras, o afirmaciones de que la Junta Electoral Central declaró inválidos los resultados. También proliferan declaraciones o decisiones inventadas contrarias a los datos reales, como la supuesta compra masiva de votos, o pronunciamientos sobre fraude por parte de actores institucionales o mediáticos que nunca ocurrieron.

En esta categoría se incluyen formas híbridas o alternativas, como bulos humorísticos viralizados sin contexto que se interpretan literalmente (viñetas, parodias), la propagación de cadenas de mensajes procedentes de años previos, y rumores sin evidencia presentados como hechos consumados.

Dentro de estos están la denuncia de reuniones secretas de la OTAN para influir en los comicios, o las atribuciones de pactos y conspiraciones sin ninguna base empírica o documental.

Este análisis evidencia cómo los bulos electorales, en función de su estrategia narrativa, explotan recursos discursivos y mediáticos diversos para buscar verosimilitud y viralidad, afectando inevitablemente la confianza ciudadana y la integridad del debate público.

5.8. Foco político

El análisis de los sujetos y entidades objeto de la desinformación verificada constituye un indicador clave para comprender los ejes de polarización y la intensidad del ataque en el ecosistema político español durante las elecciones generales de 2023.

Los resultados muestran que el bloque de la izquierda fue el principal objetivo de la desinformación (78,26 %). La mayoría de los bulos verificados buscaban desacreditar, deslegitimar o generar alarma en torno a figuras y propuestas del PSOE y del Gobierno en funciones. Entre los objetivos más frecuentes se encuentran el presidente Pedro Sánchez, con bulos que atribuían irregularidades en la gestión de políticas públicas o supuestas decisiones ilegales, así como Yolanda Díaz, sobre la que circularon rumores de conflictos internos dentro de la coalición gubernamental. Determinados ministros también fueron objeto de ataques, en especial aquellos vinculados a áreas sensibles como economía, empleo y política social, lo que sugiere un intento de desestabilizar la coalición y minar la confianza en su gestión.

Aunque la izquierda concentró la mayor parte de la desinformación, la derecha también fue blanco de bulos, aunque en menor medida (18,84 %). Se identificaron ataques dirigidos a Alberto Núñez Feijóo y al Partido Popular, que en algunos casos parecen originarse desde la izquierda, mientras que otros se generan de manera interna o por actores ajenos con el objetivo de polarizar al electorado conservador o cuestionar la credibilidad de sus líderes. Asimismo, VOX fue objeto de algunos bulos puntuales, centrados principalmente en la supuesta manipulación de encuestas o posiciones extremas sobre políticas sociales, evidenciando que la desinformación busca afectar transversalmente a todos los bloques políticos, aunque con mayor intensidad hacia la izquierda.

En conjunto, los datos muestran que la desinformación electoral registrada en el periodo analizado se concentra mayoritariamente en actores que ostentan responsabilidades de gobierno en el momento de la contienda, con una mayor incidencia sobre figuras y partidos identificados con la izquierda, en comparación con otras opciones políticas.

6. Discusión y conclusiones

Tomando como punto de partida la pregunta de investigación —que indaga en cuáles son las características y dinámicas principales de los bulos políticos verificados durante las elecciones

generales españolas de 2023 en función de su formato, canal de difusión, temática, narrativa y foco político —, los resultados obtenidos en el análisis permiten establecer conclusiones claras respecto a la arquitectura del ecosistema de verificación y la naturaleza estratégica de la desinformación durante las elecciones generales de 2023. En primer lugar, la estructura de verificación presenta una concentración asimétrica significativa, con Maldita.es emergiendo como el actor dominante y responsable de más del 60 % de los desmentidos. Esta posición no solo subraya su liderazgo consolidado y su capacidad operativa en España, sino que también pone de manifiesto una potencial dependencia del flujo de contrastes informativos respecto a un único verificador. No obstante, la participación de Newtral, EFE Verifica, VerificaRTVE y Verificat, si bien cuantitativamente menor, resulta esencial al aportar pluralidad y diversidad de perspectivas, reforzando la credibilidad del proceso colaborativo (Palau-Sampio 2024). De este modo, el modelo combina un núcleo central altamente productivo con un entorno periférico complementario, lo que en conjunto garantiza una cobertura amplia en un contexto electoral de intensa proliferación de bulos.

La actividad de verificación está intrínsecamente ligada al ciclo político, evidenciando una concentración notable durante los meses de julio y agosto de 2023, lo que confirma la estrecha relación entre los picos de desinformación y los momentos de mayor intensidad política. Esta actividad se dirigió a contrarrestar bulos propagados en formatos mixtos y audiovisuales, como videos e imágenes, cuya alta incidencia refleja una sofisticación creciente de la desinformación. Los bulos se apoyaron en componentes visuales para maximizar su impacto emocional y viralidad, obligando a las verificadoras a concentrar sus esfuerzos en narrativas multimodales y poniendo de manifiesto su capacidad adaptativa a las dinámicas de consumo digital. Además, la propagación de la desinformación electoral se reveló como un problema de arquitectura comunicativa dual, que combinó la viralidad abierta en redes sociales (X, TikTok) con la distribución segmentada en mensajería privada (WhatsApp) (Paniagua et al. 2020), adquiriendo legitimidad en la esfera pública a través de la difusión activa o pasiva en medios de comunicación de diversa orientación ideológica (Barrero y López 2022; Pérez-Curiel y Velasco 2020).

La participación de los medios de comunicación en la difusión de desinformación acarrea implicaciones académicas críticas. En primer lugar, la publicación de un bulo por un medio confiere un sello de autoridad y promueve un “blanqueo” que complejiza la refutación. En segundo lugar, este fenómeno se enmarca en un claro eje de polarización mediática, donde cabeceras amplifican selectivamente narrativas para desacreditar al bloque político opuesto (Pérez-Escoda y Boulos 2025). Finalmente, se expone la vulnerabilidad del ecosistema informativo ante narrativas polarizantes (Salaverría y Cardoso 2023), lo que requiere una revisión exhaustiva de los estándares editoriales y de verificación internos de estas instituciones. Por su parte, el análisis discursivo de los titulares revela que la estrategia de las verificadoras es fundamentalmente reactiva y asertiva. El discurso se construye sobre la negación rotunda y la identificación precisa del vector de desinformación (formato/canal), con el objetivo primordial de reafirmar la verdad en un entorno dominado por el caos informativo y la polarización política. El citado patrón discursivo se configura como una defensa comunicativa sistemática frente a la estrategia dual de la desinformación: el ataque estructural a las instituciones democráticas y la guerra de atributos.

Este estudio muestra que la desinformación electoral en España en 2023 recurrió de manera sistemática a estrategias narrativas complejas —exageración, manipulación visual, descontextualización y atribución falsa— que buscaron legitimar bulos adoptando recursos cada vez más sofisticados y difíciles de detectar. La evidencia empírica confirma que la estrategia de desinformación se articuló en torno al objetivo central de socavar la confianza en el sistema democrático. La concentración de esfuerzos de *fact-checking* en el fraude electoral subraya que el vector más crítico de la desinformación fue la vulneración de la integridad de los comicios, con especial atención a la logística del voto y el escrutinio. Concurrente a este ataque estructural, la desinformación operó en dos frentes adicionales: la desacreditación directa de líderes políticos y la explotación de ansiedades económicas y sociales mediante bulos sobre impuestos, pensiones y temas polarizantes (Poch-Butler et al. 2024). El análisis de los focos confirma, además, que la desinformación fue fundamentalmente una herramienta de ataque político concentrado dirigida, en gran medida, a desestabilizar a la izquierda y al Gobierno de coalición, hallazgo que coincide con la literatura reciente (Fenoll et al. 2024). En consecuencia, la labor de las verificadoras se erigió como un contrapeso institucional crucial ante una estrategia de desinformación coordinada que buscó simultáneamente deslegitimar las instituciones, polarizar el discurso público y generar incertidumbre social.

El Proyecto Comprobado se consolida como una iniciativa paradigmática de cooperación en la lucha contra la desinformación electoral en España. Según Vizoso y López García (2020), el despliegue de verificación en directo y la eficaz coordinación entre agentes nacionales han situado a Comprobado como referente, aunque persisten retos éticos y metodológicos vinculados a la diversidad de enfoques y a la sostenibilidad de este tipo de modelos colaborativos. Los resultados del estudio coinciden en subrayar el valor añadido del trabajo en red, la transparencia organizativa (Cuartiellas y Carral 2024) y la pedagogía mediática como elementos determinantes en un escenario marcado por la sobreabundancia informativa, la polarización política y la erosión de la confianza ciudadana en instituciones y medios profesionales (Allcott y Gentzkow 2017; Wardle y Derakhshan 2017). Además, la tipificación y clasificación detallada de las narrativas desmentidas—especialmente aquellas que explotan vulnerabilidades informativas relacionadas con miedo y polarización— resulta esencial para priorizar la defensa de la integridad electoral y anticipar tácticas futuras de desinformación (Pérez-Escoda y Boulos 2025).

A nivel internacional, esta experiencia encuentra paralelismos y desafíos comunes con iniciativas transnacionales como Elections24Check, coordinada por la European Fact-Checking Standards Network (EFCSN) en el marco de las elecciones europeas de 2024. El trabajo de Morejón Llamas y Tarín Sanz (2025) identifica la relevancia de la cooperación europea, pero señala la necesidad de avanzar en cohesión estratégica y diversificación metodológica, ya que la excesiva dependencia del desmentido limita el potencial preventivo y educativo del *fact-checking* transnacional. Asimismo, la alianza Factchequeado en Estados Unidos aporta una dimensión comunitaria al centrar sus esfuerzos en la alfabetización mediática y la generación de contenidos para comunidades vulnerables, constituyendo un recurso complementario y relevante en escenarios de alta fragmentación informativa (Puente 2023).

En definitiva, la evidencia acumulada sugiere que el futuro de las alianzas de *fact-checkers* reclama modelos integrados y colaborativos, capaces de combinar la agilidad del desmentido con estrategias robustas de alfabetización crítica y gobernanza global. Sólo así podrán anticiparse y contrarrestar la creciente sofisticación de las narrativas de desinformación y su impacto transversal en la esfera pública digital, reforzando la resiliencia democrática más allá de los contextos nacionales y electorales actuales.

Una limitación de este estudio radica en que el corpus analizado sólo incluye los bulos recogidos y verificados por diversas plataformas especializadas de *fact-checking*, lo que excluye otros contenidos desinformativos que circularon a través de canales informales, medios de comunicación tradicionales y nuevos entornos digitales, y que también contribuyeron a la configuración del debate electoral. Por tanto, la muestra no representa la totalidad de la desinformación generada durante la campaña, y tampoco incorpora las acciones de verificación realizadas por otros actores clave, como periodistas independientes o equipos editoriales de grandes medios de comunicación, cuyo papel es igualmente significativo, pero menos visible en los estudios académicos. Estas restricciones metodológicas recalcan la necesidad de futuras investigaciones que amplíen el alcance del análisis a otros formatos y espacios mediáticos, exploren la interacción entre plataformas privadas y medios tradicionales en la contención y difusión de bulos, y desarrollen herramientas comparativas para evaluar el impacto real de la verificación profesional en la salud democrática de los procesos electorales.

Bibliografía

- Al Izzati, Ridho, Teguh Dartanto, Daniel Suryadarma y Asep Suryahadi. december 2024. "Direct elections and trust in state and political institutions: Evidence from Indonesia's election reform". *European Journal of Political Economy*, (85): 102572. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2024.102572>
- Allcott, Hunt y Matthew Gentzkow. 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211–36. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Almansa-Martínez, Ana, María J. Fernández-Torres y Leticia Rodríguez-Fernández. 2022. "Desinformación en España un año después de la COVID-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita". *Revista Latina De Comunicación Social*, (80): 183–200. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1538>
- Ballesteros-Aguayo, Lucía, Raúl Magallón-Rosa y María Lamuedra-Graván. 2024. "Desinformación y fact-checking en las elecciones en Francia de 2022. Guerra de Ucrania y polarización". *Estudos em Comunicação*, (38). <https://doi.org/10.25768/1646-4974n38a11>
- Barrero, Ángeles e Isaac López Redondo. 2022. "La verificación en la era de las fake news. Algunos ejemplos sobre el COVID-19". *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (57): 124–137. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.07>
- Barrios-Rubio, Andrés y María Gutiérrez-García. 2022. "Comunicación mediática y social en el entorno de crisis, polarización e inconformismo colombiano". *Profesional De La información*, 31 (3): 1-19. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.20>
- Berger, John M. 2021. *Extremismo: La serie de conocimientos esenciales de MIT Press*. Santiago de Chile: Ediciones UC.
- Bernal-Triviño, Ana I. y Judith Clares-Gavilán. 2019. "Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es". *Profesional De La información*, 28 (3): 1-8. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Blanco-Alfonso I., María-Ángeles Chaparro-Domínguez y Rafael Repiso. 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>
- Berrocal-Gonzalo, Salomé, Silvio Waisbord y Salvador Gómez-García. 2023. "Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad". *Profesional De La información*, 32 (6): 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>
- Borz, Gabriela. 2024. "Digital political campaigning: contemporary challenges and implications". *Journal of Political Communication*, 41 (2): 123-145. <https://doi.org/10.1080/01442872.2024.2384145>

- Canavilhas, João, Juliana Colussi y Zita-Bacelar Moura. 2019. "Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp". *Profesional De La información*, 28 (5): 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.03>
- Cárdenas Rica, María L., Rosalba Mancinas-Chávez y Juan C. Figuereo-Benítez. 2022. "Transparencia pública para la verificación de datos. El caso de Maldito Dato (Maldita.es)". *Textual & Visual Media*, 1 (16): 22-43. <https://doi.org/10.56418/txt.16.2022.002>
- Casás, José y Tania Fernández Lombao. 2025. "Estancamiento del fact-checking en los medios públicos desde la pandemia hasta hoy: los casos de ZDF, FT y BBC". *Revista De Comunicación*, 24 (2): 57-82. <https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-3992>
- Comprobado. 2023. El proyecto.
- Cuatielles, Roger y Uxía Carral. 2024. "Funcionamiento y viabilidad de las alianzas de fact-checking en España: el caso de Comprobado". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30 (4): 817-828. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.96756>
- Cuatielles, Roger, Marcel Mauri-Ríos y Ruth Rodríguez-Martínez. 2024. "Transparency in AI usage within fact-checking platforms in Spain and its ethical challenges". *Communication & Society*, 37 (4): 257-271. <https://doi.org/10.15581/003.37.4.257-271>
- Fenoll, Vicente, José Gamir-Ríos y Estrella Alonso-del-Barrio. 2024. "Política, ideología, populismo y desinformación. La verificación de la comunicación política de los partidos españoles". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30 (4): 843-856. <https://doi.org/10.5209/emp.96629>
- García-Marín, David y Guiomar Salvat Martinrey. 2021. "Investigación sobre desinformación en España: Análisis de tendencias temáticas a partir de una revisión sistematizada de la literatura". *Fonseca, Journal of Communication*, 23: 199-225. <https://doi.org/10.14201/fjc202123199225>
- García-Orosa, Berta. 2021. "Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy". *Profesional De La información*, 30 (6): 1-10. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- Gelado-Marcos, Roberto, Borja Ventura-Salom, Santana-Lois Poch-Butler y Guillermo De-la-Calle-Velasco. 2025. "¿Cazando bulos o desenmarañando narrativas desinformadoras? El fact-checking ibérico y la lucha contra la desinformación". *Revista Mediterránea De Comunicación*, 16 (2): 1-21. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28237>
- Graves, Lucas y Federica Mantzarlis. 2020. *The Rise of Fact-Checking Sites in Europe*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Gutiérrez-Coba, Liliana y Carlos Rodríguez-Pérez. 2023. "Estrategias de posverdad y desinformación en las elecciones presidenciales colombianas 2022". *Revista De Comunicación*, 22 (2): 225-242. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3270>
- Hidalgo Cobo, Pablo, Borja Ventura-Salom y Casandra López-Marcos. 2024. "Fact-checking de los debates electorales: Estudio de caso comparativo de las agencias de verificación españolas". *ZER. Revista De Estudios De Comunicación*, 29 (56): 131-151. <https://doi.org/10.1387/zer.26104>
- Hidalgo Cobo, Pablo, Casandra López Marcos y Belén Puebla Martínez. 2025. "La guerra de Ucrania a través de las agencias de verificación: análisis crítico del discurso de los artículos explicativos de efe Verifica y Newtral". *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 18 (2): 1-19. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.14844>
- Krippendorff, Klaus. 2004. *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). California: Sage.
- Lombana-Bermúdez, Andrés, Maryluz Vallejo Mejía, Liliana M. Céspedes y Juan F. Pino Uribe. 2022. "Cámaras de eco, desinformación y campañas de desprestigio en Colombia. Un estudio de Twitter y las elecciones locales de Medellín en 2019". *Política y gobierno*, 29 (1): 1-30.
- López-Martín, Álvaro y Bernardo Gómez-Calderón. 2022. "Jóvenes y adolescentes desde el prisma de la desinformación: Análisis de los bulos difundidos a través de las redes sociales y aplicaciones de mensajería". *Questión*, 3 (71): 1-21. <https://doi.org/10.24215/16696581e691>
- López-Martín, Álvaro, Bernardo Gómez-Calderón y Alba Córdoba-Cabús. 2023. "Disinformation, on the rise: An analysis of the fake news on Spanish politics". *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 14 (1): 1-12. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4596>
- Lotero-Echeverri, Gabriel, Luis M. Romero-Rodríguez y M. Amor Pérez-Rodríguez. 2018. "Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación". *index.Comunicación*, 8 (2): 295-316. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/370>
- Magallón-Rosa, Raúl. 2022. "De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda". *Más Poder Local*, (50): 32-48. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
- Masip, Pere, Jaume Suau y Carlos Ruiz-Caballero. 2020. "Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español". *Profesional De La información*, 29 (5): 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>
- Mesquita, Lucía, Margarida Maneta y María J. Brites. 2024. "Beyond Verification: The Evolving Role of Fact-Checking Organisations in Media Literacy Education for Youth". *Media and Communication*, (12): 1-17. <https://doi.org/10.17645/mac.8690>
- Morejón Llamas, Noemí y Adrián Tarín Sanz. 2025. "Fact-checking y cooperación transnacional: Análisis de la respuesta europea a la desinformación bélica en el contexto de las Elecciones Europeas de 2024". *Revista De Comunicación*, 24 (2): 297-320. <https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-3858>
- Morejón Llamas, Noemí. 2020. "Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contra las fake news". *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 10 (20): 111-134. <https://doi.org/10.5783/revrpp.v10i20.675>

- Moreno Espinosa, Pastora, Rabi A. Abdulsalam Alsarayreh y Juan C. Figuereo-Benítez. 2024. “El Big Data y la inteligencia artificial como soluciones a la desinformación”. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, (38): 437-451. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2029>
- Palau-Sampio, Dolors. (2024). “Fact-checking colaborativo: análisis de seis iniciativas contra la desinformación en campaña electoral en Europa y América Latina”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30 (4): 829-842. <https://doi.org/10.5209/emp.97376>
- Paniagua Rojano, Francisco, Seoane Pérez y Raúl Magallón-Rosa. 2020. “Anatomía del bulo electoral: la desinformación política durante la campaña del 28-A en España”. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (124): 123-145. <https://www.jstor.org/stable/26975711>
- Pérez-Curiel, Concepción y Ana M. Velasco Molpeceres. 2020. “Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios”. *Revista Latina De Comunicación Social*, (78): 86-119. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1469>
- Pérez-Escoda, Ana y Maria-Raquel Freire. 2023. “Digital literacy and technopolitics, core enablers in a disintermediated digital political communication age”. *Profesional De La información*, 32 (4). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.12>
- Pérez-Escoda, Ana y Sonia Boulos. 2025. “Polarización, desconfianza y desinformación en la cobertura mediática: percepciones de la opinión pública en España”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31 (2): 339-351. <https://doi.org/10.5209/emp.100635>
- Poch-Butler, Santana, Roberto Gelado-Marcos, Borja Ventura-Salom y Guillermo De la Calle Velasco. 2024. “Fact-checking en procesos electorales y campaña permanente. Un análisis comparado entre España y Portugal”. *Revista Latina De Comunicación Social*, (83): 1-27. <https://doi.org/10.4185/rlds-2025-2318>
- Puente, Teresa. 2023. “Factchequeado: Fake News in Spanish Knows No Borders”. En: *International Conference on Communication and Applied Technologies 2023 (ICOMTA 2023)*, editado por Daniel Barredo Ibáñez, Laura M. Castro, Araceli Espinosa, Iván Puentes-Rivera y Paulo C. López-López, 214-225. Dordrecht: Atlantis Press.
- Reguero Sanz, Itziar y Pablo Berdón Prieto. 2025. *Guía contra la desinformación: Claves para navegar en la era de la polarización*. Madrid: Los Libros de La Catarata.
- Rodríguez-Fernández, Leticia, Sara González-Fernández y Sergio Arce-García. 2025. “Desinformación sobre procesos electorales en España: el caso de la plataforma Elecciones Transparentes”. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 16 (2): 1-15. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28554>
- Salaverría, Ramón y Gustavo Cardoso. 2023. “Future of disinformation studies: Emerging research fields”. *Profesional De La Información*, 32 (5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.25>
- Sánchez-Cuenca, Ignacio. 2022. *El desorden político: Democracias sin intermediación*. Madrid: Los Libros de La Catarata.
- Sánchez-Esparza, Marta, Santa Palella-Stracuzzi y Ángel Fernández-Fernández. 2024. “Impact of Artificial Intelligence on RTVE: Verification of fake videos and Deep fakes, content generation, and new professional profiles”. *Communication & Society*, 37 (2): 261-277. <https://doi.org/10.15581/003.37.2.261-277>
- Surjatmodjo, Dwi, Andi Alimuddin Unde, Hafied Cangara y Alem Febri Sonni Unde. 2024. “Information Pandemic: A Critical Review of Disinformation Spread on Social Media and Its Implications for State Resilience”. *Social Sciences*, 13 (8): 418. <https://doi.org/10.3390/socsci13080418>
- Teruel-Rodríguez, Laura. 2023. “Increasing political polarization with disinformation: A comparative analysis of the European quality press”. *Profesional De La información*, 32 (6): 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.12>
- Vizoso, Ángel y Xosé López García. 2020. “Newtral y Comprobado: experiencias de fact-checking durante la campaña electoral de las Elecciones Generales en España”. En *Debate sobre los debates electorales y nuevas formas de comunicación política*, editado por Iván Puentes-Rivera y Ana Belén Fernández-Souto (Coords.), 77-98. Universidade de Vigo.
- Wack, Morgan, Kayla Duskin y Damian Hodel. 2024. “Political Fact-Checking Efforts are Constrained by Deficiencies in Coverage, Speed, and Reach. *arXiv*” (Preprint). *Social and Information Networks*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.13280>
- Wardle, Claire y Hossein Derakhshan. 2017. “Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking”. Council of Europe report, DGI(2017)09. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-by-wardle-and-derakhshan/168076277c>

