
INVESTIGACIÓN


Recibido: 31/05/2024


Aceptado: 30/09/2024

Publicado: 23/12/2024

VERIFICADORAS. MUJERES EN INICIATIVAS DE VERIFICACIÓN EN LOS PAÍSES DEL SUR DE LA UNIÓN EUROPEA

Fact-checkers. Women in fact-checking initiatives in the southern countries of the European Union

 **María Francisca Montiel Torres**¹. Universidad de Málaga. España.
mfmontiel@uma.es

 **Laura Teruel Rodríguez**². Universidad de Málaga. España.
teruel@uma.es

Cómo citar el artículo:

Montiel Torres, María Francisca y Teruel Rodríguez, Laura. (2025). Verificadoras. Mujeres en iniciativas de verificación en los países del sur de la Unión Europea [Fact-checkers. Women in fact-checking initiatives in the southern countries of the European Union]. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 158, 1-22.
<https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1548>

RESUMEN

Introducción: El auge de la desinformación en los diversos canales de comunicación, especialmente en aquellos soportados por Internet y las redes sociales, ha propiciado que la verificación adquiriera un papel crucial. Por ello, los medios de comunicación han reforzado estas tareas y se han generado nuevas iniciativas empresariales y sociales que persiguen dar certeza a la ciudadanía sobre lo que es cierto y es falso en la

¹ **María Francisca Montiel Torres:** Doctoranda en Educación y Comunicación en la Universidad de Málaga. Licenciada en Ciencias (Sección Matemáticas) por la Universidad de Málaga. Miembro de ProyExc00143.

² **Laura Teruel Rodríguez.** Profesora titular de Periodismo de la Universidad de Málaga. IP del Proyecto de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020): "Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand. ProyExc00143.

información que recibe. Muchos estudios académicos estudian este fenómeno preocupante, analizando desde la estructura y contenido de los bulos, hasta las actitudes de quienes los reciben, pero pocos se preguntan cómo son las personas que trabajan en verificación y menos aún dónde están las mujeres en este nuevo entorno laboral. Este trabajo analiza las iniciativas de verificación en los países del Sur de la Unión Europea y especialmente su realidad laboral cuantificando el peso de las mujeres en ellas y el papel que desempeñan. **Metodología:** Como base de la investigación se ha utilizado el Censo de iniciativas de verificación elaborado por el Reporters' Lab de la Duke University para Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal en su actualización de 2023 (N=20); los sitios web de las iniciativas recogidas en el censo y las estadísticas de la Unión Europea, Eurostat. El criterio de selección de la muestra ha sido el país donde se ubican las iniciativas de verificación y la metodología utilizada el análisis de datos mediante técnicas de estadística descriptiva. Se han enriquecido los datos con el seguimiento de las webs analizadas y sus publicaciones durante un año. **Resultados:** Los resultados muestran que las mujeres representan más de la mitad de la fuerza laboral en las iniciativas analizadas, muy por encima de su peso en la población empleada. También la presencia de mujeres en puestos directivos es, porcentualmente, superior al cuantificado en el total de empresas. **Discusión y Conclusiones:** Se reflexiona sobre cómo este nuevo espacio laboral está ofreciendo oportunidades para la igualdad para las mujeres en el ámbito del periodismo.

Palabras clave: verificación, noticias falsas, empleo, mujeres, brecha de género, Unión Europea.

ABSTRACT

Introduction: The rise of misinformation across various communication channels, especially those supported by the Internet and social media, has made fact-checking increasingly crucial. Consequently, media outlets have reinforced these tasks, leading to the emergence of new business and social initiatives aimed at providing certainty to the public about what is true and false in the information they receive. While many academic studies address this concerning phenomenon, analyzing everything from the structure and content of hoaxes to the attitudes of those who receive and sometimes forward them, few inquire into the individuals working in fact-checking, let alone the presence of women in this new work environment. This study examines fact-checking initiatives in Southern European Union countries, particularly focusing on their working conditions by quantifying the involvement of women and the roles they play. **Methodology:** The research is based on the Fact-Checking Initiative Census compiled by the Reporters' Lab at Duke University for Croatia, Slovenia, Spain, Greece, Italy, and Portugal in its 2023 update (N=20); the websites of the initiatives listed in the census; and European Union statistics from Eurostat, specifically from Eurostat labour market data. The sample selection criterion was the country where the verification initiatives are located, and the methodology being used was data analysis using descriptive statistical techniques. The data was enriched by monitoring the analyzed websites and their publications for one year. **Results:** The findings reveal that women constitute more than half of the workforce in the analyzed initiatives, significantly

surpassing their representation in the overall employed population. Additionally, the presence of women in managerial positions is proportionally higher than that quantified across all businesses. **Discussion and Conclusions:** The discussion highlights how this emerging professional landscape offers opportunities to advance gender equality in journalism.

Keywords: fact-checking, fake news, employment, women, gender gap, European Union.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente el uso de las redes sociales como fuente diaria de información ha llegado a superar a los medios impresos, la radio e incluso la televisión (UNESCO e IPSOS Group, 2023). Este cambio en las dinámicas de consumo, enmarcado en el sistema híbrido de medios (Chadwick, 2017) expone a la ciudadanía a nuevos interlocutores informativos, que carecen de las rutinas y profesionalidad de los medios y periodistas.

Especialmente desde 2016 con la elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos (Magallón de Rosa, 2022; Cea *et al.*, 2023) y, posteriormente, a raíz de acontecimientos informativos de gran intensidad como la pandemia (COVID), la ciudadanía ha sido consciente de que la desinformación prolifera especialmente en las redes. Según el *Digital News Report 2023* más de la mitad de los encuestados, 56%, admiten su preocupación por distinguir lo verdadero de lo falso en las noticias online, un aumento de dos puntos porcentuales respecto a 2022 (Newman, 2023). En la misma línea y según el informe de la UNESCO e IPSOS Group (2023), un promedio del 53% de la población mundial asegura que existen más mentiras y un uso tendencioso de los hechos en la política y los medios de comunicación actualmente que hace 30 años.

Ante esta situación se hace preciso establecer cauces para comprobar la veracidad de las noticias y los mecanismos de verificación se antojan más necesarios que nunca.

Así, las plataformas de verificación de datos, nacidas en Estados Unidos en la primera década de este siglo para verificar las declaraciones falsas de los políticos (Graves, 2016), se han extendido con el objetivo de luchar contra la desinformación, las percepciones erróneas y las noticias falsas en el nuevo ecosistema comunicativo, llegando a convertirse en “la variante más importante del periodismo en la era digital”, como asegura en una entrevista Bill Adair fundador de PolitiFact (*El Mundo*, 2019). En este sentido, el repositorio del Duke Reporters' Lab (2023) recoge 424 iniciativas activas y 139 inactivas en diciembre 2023 en el mundo; y el *European Digital Media Observatory [EDMO]* (2023) hace referencia a 148 iniciativas de verificación activas en la Unión Europea y Reino Unido en esa fecha.

Esto no significa que el periodismo que se podría llamar pre-digital no aplicara estándares profesionales y pautas de control y verificación para garantizar que sus noticias fuesen veraces, precisas e imparciales. En esta tarea fueron pioneras las grandes revistas norteamericanas, destacando *The New York Times* y *The New Yorker*, que desde principios del siglo XX contaron con departamentos de verificación cuya tarea era revisar los artículos de los periodistas localizando errores, examinando las

fuentes y vigilando que estuviesen recogidos todos los puntos de vista (Currie-Sivek y Bloyd-Peshkin, 2018). A esta forma clásica de verificación se le suele llamar verificación *a priori* por realizarse antes de la publicación de la noticia. Curiosamente esta tarea la llevaban a cabo mujeres (Fabry, 2017).

Las nuevas iniciativas de verificación trabajan de otra manera: su tarea fundamental es revisar información o contenidos en circulación determinando su veracidad, lo que se denomina verificación *a posteriori* o externa. Pertenecen a medios de referencia o surgen de la sociedad civil, instituciones académicas u organizaciones no gubernamentales (ONG). Para la profesora Amazeen, las iniciativas de verificación de datos tienen como objetivo identificar y desafiar de manera proactiva la desinformación política y, por lo tanto, han sido celebradas como un movimiento de reforma profesional (Amazeen, 2019), apuntando que podrían ser síntoma del declive de las instituciones periodísticas y deben contemplarse como herramientas para la construcción democrática (Amazeen, 2020) y señalando los posibles factores que intervienen en el nacimiento de la verificación de datos actual: el declive del periodismo, el acceso masivo a la tecnología y los conflictos sociopolíticos (Amazeen, 2020).

En función de las técnicas utilizadas, los métodos de detección de noticias falsas en redes sociales se pueden clasificar en tres grupos: técnicas basadas en humanos, técnicas basadas en Inteligencia Artificial y técnicas basadas en *blockchain* (Aïmeur *et al.*, 2023).

Los procedimientos por métodos automáticos se encuentran en fase inicial, pero en rápido desarrollo, existiendo diversas líneas de investigación buscando mejorar las tareas de detección y mitigación. Muchas de ellas se centran en la detección automática de noticias falsas mediante técnicas de inteligencia artificial ya que, según apuntan sus investigadores es casi imposible detectar manualmente las fuentes y la autenticidad de las noticias falsas de manera efectiva y eficiente, debido a su rápida circulación (Tanvir *et al.*, 2020).

Las técnicas basadas en humanos se apoyan en el conocimiento y la experiencia de las personas. Pueden tomar la forma de colaboración abierta distribuida, *crowdsourcing*, basado en contribuciones colectivas de un grupo de personas (Tchakounté *et al.*, 2020) y de verificación de datos realizada manualmente por profesionales, los verificadores, *fact-checkers* (Lee *et al.*, 2023). Aunque este tipo de verificación está actualmente cuestionada por periodistas e investigadores, sigue siendo la que da cuerpo a la verificación de datos y objeto de investigaciones para mejorar su fiabilidad (Andersen y Søe, 2020; Chung y Kim, 2021), estableciendo modelos que mejoren su eficacia (Amazeen, 2023).

En el nuevo espacio de comunicación no sólo los profesionales testean la información en busca de su veracidad sino que se establece un marco de verificación distinto formado por las plataformas de verificación de datos (*fact-checking*), cuyo "particular modelo empresarial estriba en convertir un aspecto auxiliar del periodismo (la verificación) en un nicho de mercado diferente al de los medios y de sus rutinas"

(Pérez-Curiel y Casero-Ripollés, 2023, p. 90), y tras las que subyacen lógicas distintas, la periodística, la de servicio social y la de mercado (Kim y Buzzelli, 2022).

Este trabajo atiende a la verificación realizada por humanos, en concreto la que llevan a cabo personas verificadoras a través de organizaciones constituidas para tal fin, bien como empresas prestatarias de este servicio o formando parte de estructuras más amplias. Además, muchos verificadores de datos consideran que su papel no es simplemente complementar el periodismo tradicional, sino también corregir algunas de sus deficiencias, prestando una atención especial a la alfabetización mediática y al compromiso cívico, la independencia y la transparencia (Singer, 2018; 2021).

Un elemento de referencia para conocer la realidad de las iniciativas de verificación de ámbito mundial es el Duke Reporters' Lab, un centro de investigación periodística de la Sanford School of Public Policy de la Duke University creado en 2011. Enfocado en principio a apoyar el periodismo de investigación con herramientas, técnicas e investigaciones, actualmente se centra en la verificación de datos y en la confianza en los medios (Cohen, 2011). Está financiado por la Cátedra Knight y la Fundación Knight, la Google News Initiative, el Facebook Journalism Project y Craig Newmark.

El Duke Reporters' Lab recopila las iniciativas de verificación existentes en el mundo desde 2014, conformando la comunidad internacional de verificación de datos. La base de datos generada es mantenida por el DeWitt Wallace Center for Media & Democracy de la Duke University y ofrece información textual y localización geográfica. A ella puede accederse libremente, siendo ampliamente utilizada en investigaciones académicas (Duke Reporters' Lab, 2023). Sólo se incluyen iniciativas de verificación cuya misión principal sean las noticias y la información y cumplan una serie de requisitos: revisar las declaraciones de todas las partes; examinar las afirmaciones y llegar a conclusiones; identificar de forma transparente sus fuentes y explicar sus métodos y divulgar su financiación y afiliaciones (Adair y Stencel, 2016). La base de datos se mantiene actualizada periódicamente, a modo de censo, emitiéndose un informe resumen anual del comportamiento de los sitios globales de verificación, activos e inactivos.

A pesar del incremento de la investigación académica enfocada a la desinformación y los desórdenes informativos en general y a las noticias falsas en particular, estos análisis estudian fundamentalmente los propios bulos, cómo se propagan, cuáles son las formas de detectarlos, qué papel juega la ciudadanía en este proceso o cuál es su estructura organizativa. No obstante, no abundan los trabajos que miran a las personas que verifican y si son mujeres u hombres tratando de ver el modelo de distribución por sexo al que tiende esta nueva actividad periodística y como se va conformando esta rama de la actividad laboral (Funke, 2019; Montiel y Teruel, 2024; Macharia, 2021; Zippia, 2023).

En marzo de 2023, Reuters Institute publicó su investigación Mujeres y liderazgo en los medios informativos en 2023: evidencias de 12 mercados (Reuters Institute, 2023), que incluían 240 medios de Sudáfrica Kenia, Hong Kong, Japón, Corea del Sur, Finlandia, Alemania, España, Reino Unido, Estados Unidos, México y Brasil. Sus

conclusiones señalan que la mayoría de los líderes son hombres y apenas el 22% de los puestos jerárquicos en están ocupados por mujeres, aun cuando las mujeres representan el 40% de periodistas en ejercicio. El porcentaje de mujeres en puestos directivos varía significativamente entre países, desde un 5% en México hasta un 44% en Estados Unidos.

La Unión Europea, por su parte, en su Informe sobre igualdad de género en los medios de comunicación en la Unión (Parlamento Europeo, 2018) destaca que:

aunque las mujeres en este ámbito a nivel universitario constituyen una parte importante de los trabajadores, están infrarrepresentadas en la dirección y los puestos de alto nivel; considera que los servicios de medios de comunicación, tanto públicos como privados, tienen una responsabilidad en garantizar la igualdad entre mujeres y hombres e impedir cualquier tipo de discriminación; pide a los Estados miembros que desarrollen una política de incentivos para reducir los obstáculos al acceso de las mujeres a puestos de dirección y de liderazgo en las organizaciones de medios de comunicación. (Propuesta de resolución al Parlamento Europeo-punto 1)

También señala la baja representación de las mujeres en los medios de comunicación públicos, tanto en puestos estratégicos y operativos de alto nivel como en los consejos de administración.

Por otra parte, la realización de estudios que efectúen comparaciones internacionales entre estados con relaciones políticas, culturales o geográficas, como los que pertenecen a la Unión Europea, se considera especialmente necesario (Ilyash *et al.*, 2023). El análisis comparativo de la política e instituciones sociales de la UE es importante para evaluar la eficiencia de los estados de bienestar y para armonizar los objetivos de la política social en la gobernanza en la región (Vandenbroucke, 2017).

2. OBJETIVOS

Este trabajo tiene por objetivo general analizar las iniciativas de verificación de datos en el sur de la Unión Europea: Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal. Para caracterizarlas se observarán variables organizacionales como su ubicación, año de creación, vinculación y pertenencia a organizaciones internacionales que velan por la veracidad de la información, y se analizará en profundidad la estructura de su fuerza laboral para cuantificar y calificar la presencia de mujeres.

Derivado de ello, los objetivos específicos, por tanto, (OE) son:

OE1. Conocer las iniciativas de verificación de datos activas en los países del Sur de la Unión Europea (Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal).

OE2. Cuantificar los hombres y mujeres que trabajan en ellas y determinar las tareas – periodísticas y directivas- que llevan a cabo ambos sexos.

OE3. Observar si las iniciativas de verificación ofrecen mejores posibilidades para alcanzar la igualdad laboral para las mujeres periodistas. Se propone analizar tanto la participación general de mujeres como su desempeño en roles de responsabilidad y compararlo con los datos del mercado laboral general de cada uno de los países.

Con este proceso de cuantificación se trata de paliar, en alguna medida, la ausencia de datos desagregados por sexo, tan necesarios en el camino de la igualdad como señala ONU Mujeres (United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women, 2018).

3. METODOLOGÍA

La fuente de partida para esta investigación, respecto a la presencia y características de las organizaciones de verificación de datos, es el censo anual Duke Reporter's Lab de 2023, correspondiente a seis países: Croacia, Eslovenia, España, Italia, Grecia y Portugal (N=20).

No se atienden las iniciativas de Francia por participar este país de unas características que lo hacen más cercano al espacio centroeuropeo (Hallin y Mancini, 2013). No se ha podido incluir a Chipre y Malta por no existir en su territorio ninguna iniciativa de verificación de datos reseñada en el censo del Duke Reporter's Lab.

Se complementan estos datos secundarios con los primarios obtenidos directamente de los *websites* de las propias iniciativas, catalogando los que ofrecen en su apartado de personal, atendiendo a su sexo y a la tipología del trabajo que desarrollan.

En los casos en que esta información no estaba disponible en las páginas, se ha cotejado la autoría individual de las verificaciones del último año (enero-diciembre 2023). Este trabajo de análisis y observación, no sólo de datos estadísticos sino de revisión cualitativa, dota de un valor añadido singular a esta investigación. Finalmente, cuando ha sido necesario, se ha contactado personalmente con las propias empresas para conseguir la información detallada. Ello enriquece la investigación y reduce los errores que pudiera haber en el muestreo.

Es necesario señalar que, para refinar los datos, se han establecido una serie de criterios restrictivos. Cuando dos iniciativas de verificación comparten personal, como es el caso de Pagella Política y Facta en Italia o Viral Check y Polígrafo en Portugal, se contabiliza el personal sólo en la iniciativa proveedora. En el caso de empresas con un objeto más amplio que la verificación, como puedan ser Newtral, en España, se contabiliza el personal que trabaja en verificación.

En el caso AFP-Factual, de la Agencia France-Presse, se han considerado las ubicaciones en los distintos países, aunque comparten recursos y personal con la casa matriz, formando una red. A efectos de membresía en las redes internacionales de verificación se considera en cada una de ellas la pertenencia general de la Agencia.

Se asigna a Eslovenia, donde está su sede, la iniciativa Razkrinkavanje/Oštro, que investiga temas de interés público para los habitantes de la región del Adriático (Eslovenia, Croacia e Italia) y sus alrededores.

Aunque el censo recoge como activa la iniciativa italiana La Voce.info, no se incluye en el análisis ya que sus publicaciones de verificación, en sentido estricto, son ocasionales, con sólo 3 chequeos en 2023.

En el manual de codificación se han tenido en cuenta los trabajos previos sobre esta materia en el ámbito iberoamericano (Montiel y Teruel, 2024). De las iniciativas seleccionadas se ha tenido en cuenta: país y ciudad de su sede; año de creación; vinculación, entendiendo como tal su organización y financiación y para la que se establecen distintas tipologías según estén integradas dentro de grupos mediáticos y medios de comunicación, tengan carácter independiente a partir de iniciativas privadas o el tejido asociativo, se inserten en Organizaciones No Gubernamentales o sin ánimo de lucro o sean dependientes de instituciones académicas, siguiendo la tipología del Duke Reporters' Lab.

Para sistematizar las tareas realizadas por las personas que trabajan en iniciativas de verificación de datos, se han establecido tres categorías: producción/administración, redacción y soporte técnico, con una tarea complementaria, la de formación.

También se definió una variable con dos categorías para determinar el grado de relación con las responsabilidades directivas. Se entiende por Puestos Directivos los que desempeñan personas que ostentan una Dirección, Dirección Ejecutiva, Dirección General, Dirección de Nuevas Tecnologías, o una jefatura relevante, una coordinación o un cargo de responsabilidad, Presidencia, Vicepresidencia, Secretaría General.

Por último, se ha contrastado la proporcionalidad de sexo de las personas que trabajan en iniciativas de verificación de datos con la del mercado laboral general utilizando las estadísticas de la Unión Europea en los apartados Empleo y actividad por sexo y edad (Employment and activity by sex and age [Eurostat], 2023a) y Empleo por sexo, edad, estatus profesional y ocupación (Employment by sex, age, professional status and occupation [Eurostat], 2023b).

La técnica metodológica empleada es el estudio de casos en tanto que análisis de las particularidades de cada una de las iniciativas de verificación estudiadas, con sus correspondientes tablas de contingencia y relaciones entre variables.

Para cuantificar la desigualdad entre hombre y mujeres se utilizará, junto con la distribución proporcional, el índice de feminización es decir la representación de las mujeres con relación a los hombres (número de mujeres/número de hombres) (Instituto de la Mujer, 2023).

Todos los datos están actualizados a diciembre de 2023 o al año indicado por la fuente utilizada.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción general de las iniciativas

La muestra consta de 20 iniciativas de verificación activas recogidas en el censo de 2023 del Duke Reporters' Lab en el ámbito geográfico de estudio. De éstas 2 están ubicadas en Croacia, 1 en Eslovenia, 7 en España, 2 en Grecia, 4 en Italia y 4 en Portugal.

Se ha analizado la relación de las iniciativas mediáticas con las redes europeas o internacionales más relevantes en el ámbito de la verificación, es decir, si son signatarios del Código de Principios de la International Fact-Checking Network (IFCN, 2023), forman parte de la comunidad de verificación de datos del *European Digital Media Observatory* (EDMO, 2023) y si pertenecen al EFCSN Fact-Checking Consortium (EFCSN, 2023) (Tabla 1).

Tabla 1

Muestra de iniciativas de verificación activas por características

País	Nombre	Sede	Vinculación	Creación	IFCN	EDMO	EFCSN
Croacia	AFP Provjera činjenica (Fact Check)	-	Medio de comunicación	2018	sí	sí	sí
	Faktograf	Zagreb	ONG	2015	sí	no	sí
Eslovenia	Razkrinkavanje	Ljubljana	ONG	2019	sí	sí	sí
España	AFP Comprovem	Barcelona	Medio de comunicación	2023	sí	sí	sí
	AFP Factual (Spain)	Madrid	Medio de comunicación	2017	sí	sí	sí
	EFE Verifica	Madrid	Medio de comunicación	2019	sí	sí	no
	Infoveritas	Madrid	Independiente	2022	sí	no	sí
	Maldita.es	Madrid	Independiente	2014	sí	sí	sí
	Newtral	Madrid	Independiente	2018	sí	sí	sí
	Verificat	Barcelona	Independiente	2019	sí	sí	sí
Grecia	AFP (Greek and Cyprus) Fact Check	Atenas	Medio de comunicación	2021	sí	sí	sí
	Ellinika Hoaxes (Greek Hoaxes)	Thessaloniki	ONG	2012	sí	sí	sí
Italia	Bufale	Marnate - Varese	Independiente	2014	no	no	no
	Facta	Milán	Independiente	2020	sí	sí	sí
	Open	Milán	Medio de comunicación	2021	sí	no	no
	Pagella Politica	Milán	Independiente	2012	sí	sí	sí
Portugal	Fact Checks do Observador	Lisboa	Medio de comunicación	2015	sí	no	no
	Polígrafo	Lisboa	Independiente	2018	sí	sí	sí
	Público's Prova dos Factos	Lisboa	Medio de comunicación	2016	exp.	sí	no
	Viral Check	Lisboa	Independiente	2021	sí	no	no

Fuente: Duke Reporter's Lab, IFCN, EDMO, EFCSN (2023). Elaboración propia.

Las iniciativas más antiguas son Ellinika Hoaxes, Grecia y Pagella Politica, Italia, ambas de 2012 y la más reciente la edición de Cataluña de AFP-Factual, AFP Comproven, de 2023. Con la incorporación paulatina de iniciativas, en promedio de 2 cada año. Se puede señalar la sostenibilidad y longevidad de muchas de ellas. La mitad llevan activas cinco años o más mientras que el propio Reporter's Lab señala que vida media de un sitio activo de verificación de datos es de menos de seis años.

Están calificadas como independientes, 9, de las cuales 4 en España, 3 en Italia y 2 en Portugal; se asocian a medios de comunicación 8, con elementos en todos los países, salvo Eslovenia; mientras que 3 se vinculan a Organizaciones No Gubernamentales, en Croacia, Eslovenia y Grecia. Ninguna de las iniciativas estudiadas es considerada de la categoría instituciones académicas una de que recoge el censo del Duke Reporters' Lab.

Prácticamente todas (17) forman parte de la International Fact-Checking Network y son signatarias de su código de principios. Se integran en la Fact-checking Community del *European Digital Media Observatory* 14 y también 14 están asociadas a la *European Fact Checking Standards Network*. Estos datos ponen de manifiesto el interés por estar presente en aquellos organismos que muestran un compromiso activo en la lucha contra la desinformación.

4.2. Las personas

El censo de las iniciativas estudiadas está compuesto por 254 personas, de las que 115 son hombres y 139 son mujeres. El número de personas dedicadas a la verificación fluctúa mucho, tanto entre países como entre iniciativas. Destaca España, donde sólo en Maldita.es trabajan 48 personas y las iniciativas portuguesas vinculadas a medios de comunicación, como Prova do Factos de Publico, con 40 personas o Fact Check do Observador, con 32, pero hay que hacer notar que en estos dos casos todo el personal de redacción puede asumir tareas de verificación. Por otra parte, las iniciativas nacionales vinculadas a AFP-Factual cuentan sólo con 1 o 2 personas con un fuerte trabajo en red (Tabla 2).

En el total de personal analizado, el 54,7% eran mujeres y el 45,3% hombres. Atendiendo a cada país se observa que predominan las mujeres en la mayoría de ellos, destacando Croacia, salvo Italia y sobre todo Grecia. Si se descartan Grecia e Italia, para el resto de los países los porcentajes de hombres y mujeres son 39,3% y 60,7% respectivamente. Estos resultados son congruentes con los estimados para Estados Unidos, donde el 67,4% de las personas verificadoras son mujeres y el 32,6% son hombres (Zippia, 2023).

Tabla 2

Personal en iniciativas de verificación activas por país y sexo

País	Total	Hombres	Mujeres	Porcentajes		Índice de feminización
				Hombres	Mujeres	
Croacia	17	5	12	29,4	70,6	2,4
Eslovenia	15	5	10	33,3	66,7	2,0

España	92	36	56	39,1	60,9	1,6
Grecia	13	12	1	92,3	7,7	0,1
Italia	30	20	10	66,7	33,3	0,5
Portugal	87	37	50	42,5	57,5	1,4
Total	254	115	139	45,3	54,7	1,2

Fuente: Duke Reporters' Lab (2023) y *websites*. Elaboración propia.

Las iniciativas independientes son las que ocupan a un mayor número de personas, prácticamente la mitad del total; le siguen los medios de comunicación, en torno a un tercio y las ONG el resto. Los porcentajes de hombres y mujeres son muy similares, aunque en todos los casos mayor el de mujeres, así como el peso que para unos y otras tienen las distintas categorías de vinculación (Tabla 3).

Tabla 3

Personal en iniciativas de verificación activas por vinculación y sexo

Vinculación	Total	Hombres	Mujeres	Porcentajes		Índice de feminización
				Hombres	Mujeres	
Medio de comunicación	92	40	52	43,5	56,5	1,3
Independiente	121	56	65	46,3	53,7	1,2
ONG	41	19	22	46,3	53,7	1,2
Total	254	115	139	45,3	54,7	1,2
Porcentajes verticales						
Medio de comunicación	36,2	34,8	37,4			
Independiente	47,6	48,7	46,8			
ONG	16,1	16,5	15,8			
Total	100	100	100			

Fuente: Duke Reporters' Lab (2023) y *websites*. Elaboración propia.

Las tareas realizadas por las personas que trabajan en iniciativas de verificación de datos se han asignado a tres tipos: *Producción/administración*, *Redacción* y *Soporte técnico*.

- **Producción/administración:** Dirección ejecutiva y periodística, dirección general, jefe de medios, de prensa, de comunicación, formación, coordinación, recursos humanos, gestión, contabilidad, etc.
- **Redacción:** Editores, periodistas, reporteros, verificadores, etc.
- **Soporte técnico:** Gestión de medios audiovisuales, grafismo, edición web, mantenimiento de la infraestructura tecnológica, etc.

El mayor número de personas lleva a cabo tareas de redacción, más de las tres cuartas partes, seguida de producción/administración y por último de soporte técnico. Y esta distribución es similar en hombres y en mujeres. Los índices de feminización son equivalentes a los del total de la población estudiada salvo en las personas en tareas de soporte técnico, aunque su número es pequeño, 7 personas, su distribución refleja la distancia tradicional de las mujeres con los oficios tecnológicos (Tabla 4); pues las mujeres y las niñas tienen un 25% menos de probabilidades que los hombres de saber

aprovechar la tecnología digital para fines básicos, 4 veces menos de saber programar ordenadores y 13 veces menos de solicitar una patente TIC (UNESCO, 2023).

Tabla 4

Personal en iniciativas de verificación activas por sexo y tarea

Tipo de tarea	Total	Hombres	Mujeres	Porcentajes		Índice de feminización
				Hombres	Mujeres	
Producción/administración	47	21	26	44,7	55,3	1,2
Redacción	196	87	109	44,4	55,6	1,3
Soporte técnico	11	7	4	63,6	36,4	0,6
Total	254	115	139	45,3	54,7	1,2
Porcentajes verticales						
Producción/administración	18,5	18,3	18,7			
Redacción	77,2	75,7	78,4			
Soporte técnico	4,3	6,1	2,9			
Total	100,0	100,0	100,0			

Fuente: Duke Reporters' Lab (2023) y *websites*. Elaboración propia.

En diversas iniciativas, sobre todo independientes, se hace referencia a la formación como tarea específica. De las personas analizadas 8 se dedican a ella como formadores, coordinadores o directores de formación, de las cuales 5 son mujeres. La situación es similar a la planteada antes con las tareas de soporte técnico, el número de casos es muy pequeño y sería atrevido extraer conclusiones generales pero los datos parecen volver a replicar la mayor dedicación de las mujeres a la enseñanza.

Con respecto al desempeño de puestos directivos, los resultados obtenidos ponen de manifiesto una distribución homogénea de hombres y mujeres y unos índices de concentración prácticamente paritarios en ambas categorías (Tabla 5).

Tabla 5

Personal en iniciativas de verificación activas por sexo y responsabilidad

Responsabilidad	Total	Hombres	Mujeres	Porcentajes		Índice de feminización
				Hombres	Mujeres	
Directivo	57	26	31	45,6	54,4	1,2
No directivo	197	89	108	45,2	54,8	1,2
Total	254	115	139	45,5	54,5	1,2
Porcentajes verticales						
Directivo	22,4	22,6	22,3			
No directivo	77,6	77,4	77,7			
Total	100,0	100,0	100,0			

Fuente: Duke Reporters' Lab (2023) y *websites*. Elaboración propia.

Aunque el universo de personas con responsabilidad es pequeño, sólo 57 personas con una distribución paritaria entre hombres y mujeres, 46% vs 54%, la variabilidad entre países es muy grande: desde Eslovenia donde todo el personal directivo recogido es femenino, hasta Grecia, donde no hay ninguna mujer, o Italia donde sólo el 11 % son

mujeres; Croacia y España también presenta mayor porcentaje de mujeres, 75% y 63% respectivamente, mientras que Portugal mantiene la paridad con un 43% de mujeres.

Según el Instituto Europeo para la Igualdad de Género (European Institute for Gender Equality [EIGE], 2023) la proporción de mujeres en puestos de toma de decisiones en organismos públicos de radiodifusión se estimaba en 32% para CEO, 39% en el caso de ejecutivos y 37% los no ejecutivos.

4.3. Empleo general y verificación

Para poner en contexto la realidad laboral de estas iniciativas se recurre a las estadísticas que proporciona Eurostat, la oficina estadística de la Unión Europea. Estos datos provienen de la Encuesta de Población Activa de la Unión Europea (European Union Labour Force Survey) y ofrecen estimaciones demográficas de las principales características del mercado de trabajo. Se realiza, por tanto, un análisis propio a partir de fuentes primarias y secundarias europeas.

La serie referida a Empleo y actividad por sexo y edad (Eurostat, 2023a) desglosa las personas que forman parte de la población activa y las personas empleadas. Se seleccionan las personas empleadas escogiendo la cohorte de edad de 15 a 64 años.

Para conocer la responsabilidad directiva de las mujeres se utiliza la serie Empleo por sexo, profesional estatus y ocupación (Eurostat, 2023b). Se selecciona la cohorte de edad de 15 a 64 años, el estatus profesional de empleado y como ocupación el grupo principal *mánager*, categoría 1, atendiendo a la International Standard Classification of Occupations, ISCO-08 de la Organización Internacional del Trabajo.

4.3.1. Mujeres empleadas

Salvo en Portugal, en todos los países estudiados el número de mujeres, de entre 15 y 64, que forman parte de la población empleada es inferior al de hombres, aunque los porcentajes se pueden considerar dentro de la paridad, 40-60. Los menores porcentajes de mujeres empleadas se encuentran en Grecia e Italia, 42% (Tabla 6).

Tabla 6

Empleo por sexo, en miles (2022)

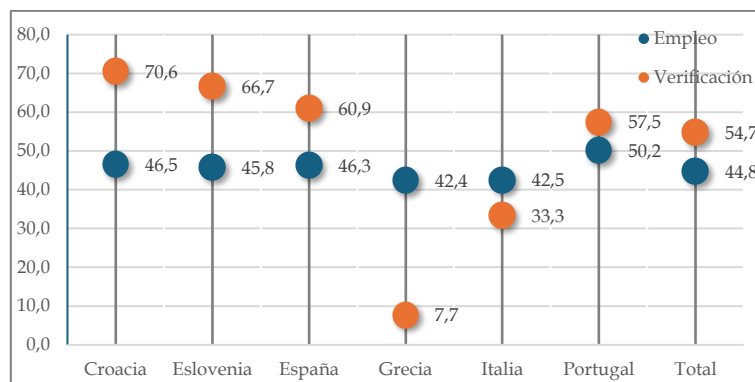
País	Total	Hombres	Mujeres	Porcentajes		Índice de feminización
				Hombres	Mujeres	
Croacia	1.670,7	894,6	776,1	53,6	46,5	0,9
Eslovenia	966,6	523,7	442,9	54,2	45,8	0,9
España	20.082,3	10.792,4	92.89,9	53,7	46,3	0,9
Grecia	4.030,2	2.321	1.709,2	57,6	42,4	0,7
Italia	22.412,5	12.884,4	9.528,1	57,5	42,5	0,7
Portugal	4.699,3	2.340,4	2.358,9	49,8	50,2	1,0
Total	53.861,6	29.756,5	24.105,1	55,3	44,8	0,8

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Si se compara la presencia de mujeres en las iniciativas de verificación activas (Tabla 2) con las mujeres empleadas en los distintos países (Tabla 6) se comprueba que en la mayoría de ellos el peso de las mujeres es mayor en la verificación que en el empleo total (Figura 1). Vuelven a comportarse de manera diferente Grecia e Italia que, aunque tienen porcentajes de participación femenina en el empleo menores, aún lo son más en el personal que realiza tareas de verificación.

Figura 1

Porcentaje de mujeres: Empleo general y verificación



Fuente: Eurostat, Duke Reporters' Lab (2023) y *websites*. Elaboración propia.

4.3.2. Mujeres en puestos directivos

En todos los países analizados el porcentaje de mujeres en puestos directivos, en el mercado laboral general, es considerablemente menor que el de hombres. Los porcentajes totales serían de 67,4% hombres y 32,6% mujeres lo que ofrecería un índice de feminización promedio de 0,5. Es Croacia el país de porcentaje mínimo, 22%, y Portugal el de porcentaje máximo, 38,5%.

Tabla 7

Personas empleadas en puestos directivos (manager), en miles

País	Total	Hombres	Mujeres	Porcentajes		Índice de feminización
				Hombres	Mujeres	
Croacia	68,5	53,4	15,1	78,0	22,0	0,3
Eslovenia	39,9	25,7	14,2	64,4	35,6	0,6
España	850,2	551,1	299,1	64,8	35,2	0,5
Grecia	114,2	78	36,2	68,3	31,7	0,5
Italia	802	572,6	229,3	71,4	28,6	0,4
Portugal	278,5	171,3	107,2	61,5	38,5	0,6
Total	2.153,3	1.452,1	701,1	67,4	32,6	0,5

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

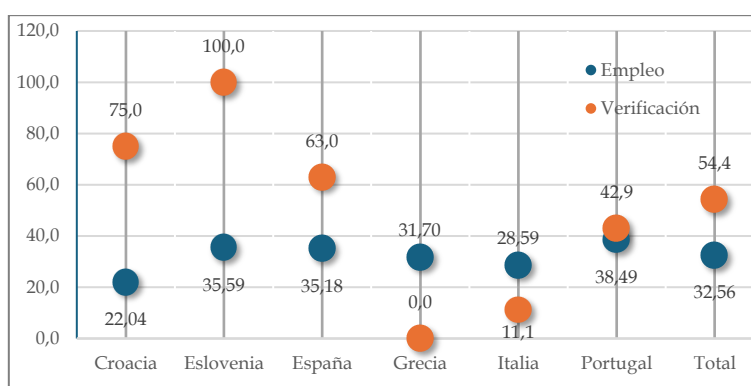
La comparación de los porcentajes por países de mujeres con responsabilidades directivas en las iniciativas de verificación activas (Tabla 5) con los correspondientes a las mujeres en puestos de responsabilidad en general (Tabla 7), permite comprobar

que en la mayoría de ellos el peso de las mujeres es mayor en la verificación que en el empleo general (Figura 2). Se vuelve a la excepción de Grecia e Italia.

Si en la población empleada total se puede estimar una diferencia porcentual entre sexos de 10 puntos porcentuales a favor de los hombres, mientras que en las personas que trabajan en iniciativas de verificación esta diferencia porcentual total es de 9 puntos porcentuales a favor de las mujeres, en el caso de los puestos directivos esta diferencia alcanza los 35 puntos porcentuales en la población empleada total mientras que en el caso del personal contabilizado en las iniciativas de verificación analizadas vuelve a ser de 9 puntos porcentuales a favor de las mujeres.

Figura 2

Porcentaje de mujeres en puestos directivos: Empleo y verificación



Fuente: Eurostat, Duke Reporters' Lab (2023) y *websites*. Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

El objetivo general de esta investigación era estudiar las empresas de verificación de datos activas en los países del sur de la Unión Europea – Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal – atendiendo a las personas que trabajan en ellas desde la perspectiva de género. A tenor de los datos ofrecidos en el apartado previo, se puede afirmar que el trabajo analítico desarrollado en este artículo ha sido adecuado para alcanzarlo. Se considera importante realizar estudios comparados entre estos países porque ayudan a comprender el impacto de los factores globales en el desarrollo socioeconómico de las naciones cercanas en términos geopolíticos.

Para ello se ha utilizado el censo mundial del Duke Reporters' Lab, compuesto en 2023 por 417 iniciativas activas, de las que se han seleccionado 20 con esta localización geográfica empleando una categorización propia testada y empleada en estudios similares y se ha cotejado con los datos que ofrecen las iniciativas. Se han robustecido los resultados mediante la observación de estas webs durante un año para comprobar la frecuencia de sus publicaciones y su autoría y, por último, se ha contactado con ellas para obtener la información sobre su plantilla, pues no estaba disponible públicamente.

Atendiendo al OE1 -conocer las iniciativas de verificación de datos activas en los países del Sur de la Unión Europea- se observa que pueden calificarse como independientes, 9 de ellas; 8 están vinculadas a medios de comunicación y 3 a ONG, 45%, 40% y 5%, respectivamente. Mientras que los datos globales que ofrece el Reporter's Lab cifra estos porcentajes en torno al 23% para los que operan de forma independiente, 60% para aquellos afiliados a organizaciones de medios y 12% vinculados a ONG. Estas diferencias pueden ser debidas al enfoque empresarial que, en el primer mundo, han tenido las iniciativas de verificación conformando un nuevo nicho de mercado periodístico. Habrá que atender a la evolución del número y consistencia de estas empresas ya que la tendencia parece ser la adopción generalizada de la verificación de datos por parte de periodistas, otros investigadores y expertos tanto independientes como insertos en grupos de gobierno, lo que ha ampliado el número de personas que hacen verificación, pero ha creado menos necesidad de organizaciones específicas dedicadas a esta tarea.

Más de tres cuartas partes se integran en las organizaciones europeas e internacionales de verificación de datos (IFCN, EDMO y EFCSN) y son signatarios de sus códigos de buenas prácticas mostrando un compromiso activo en la lucha contra la desinformación. Este resultado se inscribe en los indicadores del primer objetivo específico de esta investigación -destinado a establecer similitudes entre los países estudiados- y permite afirmar la existencia de protocolos compartidos en el sur de la Unión Europea. Si bien se han hallado algunas diferencias entre los Estados, como se han detallado en el apartado de resultados.

Con respecto al segundo objetivo específico (OE2) destinado a estudiar la representación de cada sexo en tareas periodísticas y de dirección en las iniciativas de verificación-, el dato más importante que se ha hallado es que más de la mitad del personal analizado eran mujeres, 54% frente a 46%. Este resultado está fuertemente mermado por el comportamiento de dos de los seis países: Italia, con sólo el 36% de mujeres trabajando en iniciativas de verificación activas, y sobre todo Grecia, con sólo un 8% de presencia femenina. Así para el resto de los países, los porcentajes de hombres y mujeres son 39% y 61% lo que contrasta con el empleo total donde el 55% de la población empleada son hombre frente al 45% de mujeres.

Se observa que más de la mitad de las personas directivas de estas iniciativas de verificación son mujeres, porcentaje que coincide con el total de mujeres cuantificadas como empleadas en las mismas. Lo que lleva a pensar que las mujeres están ocupando la proporción de espacio que por número y preparación les corresponde e incluso en su atrevimiento a liderar caminos laborales innovadores a pesar de que la infrarrepresentación en los puestos de liderazgo a nivel general aún sigue siendo una barrera señalada en todos los escenarios (Lima-Souza *et al.*, 2021).

Estos resultados se alinean con las cifras de países iberoamericanos (Montiel y Teruel, 2024) que contabilizan un 57% de mujeres y un 43% hombres en el personal de las iniciativas de verificación activas de estos países. Estos datos indican que los nuevos espacios laborales no arrastran los sesgos sexistas de los entornos tradicionales, ofreciendo a las mujeres nuevas líneas de desarrollo profesional sin las barreras

tradicionales (Dhiman, 2023) y a la profesión periodística un equilibrio necesario. Como se planteaba en el tercer objetivo específico, comparando las cifras halladas con las de Eurostat, los nuevos nichos laborales que ofrecen estas empresas, salvo en Grecia e Italia, suponen un escenario de mayor igualdad para las mujeres.

Así pues, los resultados de este trabajo comparado entre seis países del sur de Europa se alinean con investigaciones previas en entornos geopolíticos diferentes - Iberoamérica- pues se alcanzan resultados similares. Estos datos permiten, por una parte, avalar la metodología utilizada y, por la otra, afirmar el potencial de las iniciativas de verificación como entornos para avanzar hacia la igualdad para las mujeres periodistas, dentro de los diferentes roles de este oficio. A colación de estos resultados, cabe plantear un futuro trabajo similar para entornos diferentes, como el norte de Europa, que permita realizar una comparación internacional de gran valor académico.

Hay que señalar, como limitaciones de la investigación que existen iniciativas no recogidas en el Duke Reporters' Lab y que conviene contrastar asiduamente la información que sobre su personal publican en sus webs ya que algunos de los puestos muestran un cambio de personal frecuente.

6. REFERENCIAS

- Adair, B. y Stencel, M. (2020). *How We Identify Fact-Checkers*. Reporters' Lab. <https://reporterslab.org/how-we-identify-fact-checkers/>
- Aïmeur E., Amri, S. y Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(30), 1-36. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Amazeen, M. A. (2019). Practitioner Perceptions: Critical Junctures and the Global Emergence and Challenges of Fact-Checking. *International Communication Gazette*, 81(6-8), 541-561. <https://doi.org/10.1177/1748048518817674>
- Amazeen, M. A. (2020). Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism*, 21(1), 95-111. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>
- Amazeen, M. A. (2023). The misinformation recognition and response model: an emerging theoretical framework for investigating antecedents to and consequences of misinformation recognition. *Human Communication Research*, 50(2), 218-229. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqad040>
- Andersen J. y Søe, S.O. (2020). Communicative actions we live by: the problem with fact-checking, tagging or flagging fake news-the case of Facebook. *European Journal of Communication*, 35(2), 126-139. <https://doi.org/10.1177/0267323119894489>
- Cea N., Fernández Torres M. J. y Teruel Rodríguez, L. (2023). Tratamiento del fenómeno de la desinformación en la prensa española. Un análisis de su evolución.

Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29(4), 881-891.
<https://doi.org/10.5209/esmp.88087>

Cohen, S. (16 de mayo de 2011). *The Reporter's Lab*. Internet Archive. Wayback Machine.
<https://shre.ink/rxEc>

Currie-Sivek, S. y Bloyd-Peshkin, S. (2018). Where Do Facts Matter? *Journalism Practice*, 12(4), 400-421. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1307694>

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2ª ed.). Oxford Studies in Digital Politics. New York.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>

Chung, M. y Kim, N. (2021). When I learn the news is false: how fact-checking information stems the spread of fake news via third-person perception. *Human Communication Research*, 47(1), 1-24 <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaa010>

Dhiman, B. (2023). Opportunities and Challenges for Women Journalist in Media Industry: A Critical Review. *TechRxiv*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4422097>

Duke Reporters' Lab. (2023). *Fact-Checking*. <https://reporterslab.org/fact-checking/>

EL MUNDO. (25 de julio de 2019). Bill Adair: "El 'fact checking' es lo más importante del periodismo en la era digital". <https://shre.ink/rxVV>

European Digital Media Observatory (2023). Map of Fact-checking Activities in Europe. <https://edmo.eu/map-of-fact-checking-activities-in-europe/>

European Fact-checking Standards Network. (2023). *Association*. <https://efcsn.com/association/>

European Institute for Gender Equality. (2023). The proportion of women and men in decision-making posts in public broadcaster organisations. https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/bpfa_j_offic_j1_wmid_media_pbrc_exec/metadata

Eurostat. (2023a). *Employment and activity by sex and age-annual data*. https://doi.org/10.2908/LFSI_EMP_A

Eurostat. (2023b). *Employment by sex, age, professional status and occupation*. https://doi.org/10.2908/LFSA_EGAIS

Fabry, M. (24 de agosto de 2017). Here's How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs Before the Internet. *Time*. <https://time.com/4858683/fact-checking-history/>

Funke, D. (2019). *Men outnumber women in U.S. newsrooms. It's no different among fact-checkers*. Poynter. <https://shre.ink/rxEc>

- Graves, L. (2016). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1196602>
- Hallin, D. y Mancini, P. (2013). Comparing media systems' between Eastern and Western Europe. En P. Gross y K. Jakubowicz (Eds.), *Media Transformations in the Post-Communist World: Eastern Europe's Tortured Path to Change* (pp. 15-32). Lexington Books.
- Ilyash, O. I., Lupak, R. L., Smoliar, L. G., Khaustova, V. y Boiarynova, K. O. (2023). A Composition of Comparative characteristics of Social Policy of European Countries. *Business Inform*, 5(544), 24-32. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-5-24-32>
- Instituto de la Mujer. (2023). *Indicadores de género. Tipología*. Junta de Andalucía. <https://shre.ink/rxEn>
- International Fact-Checking Network. (2023). *Verified signatories of the IFCN code of principles*. <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>
- Kim, B. y Buzzelli, N. (2022). The Logics of Fact-Checking Website Operations. *Digital Journalism*. 1-24. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2089707>
- Lee, S., Xiong, A. y Seo, H. (2023). "Fact-checking" fact checkers: A data-driven approach. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-126>
- Lima-Souza, E. C. P., Mota-Santos, C. M. y Carvalho Neto, A. (2021). De Operárias a Abelhas Rainhas: obstáculos que impactam a carreira das jornalistas. *E-Compós*, 24. <https://doi.org/10.30962/ec.2224>
- Macharia, S. (Ed.). (2021). *Who Makes the News?: 6th Global Media Monitoring Project*. Global Media Monitoring Project. <https://whomakesthenews.org/gmmp-2020-final-reports/>
- Magallón de Rosa, R. (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Más poder local*, 50, 49-65. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
- Montiel, M. F. y Teruel, L. (2024). Iniciativas de verificación de datos en el ámbito latinoamericano. Un análisis sexo/género. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 38. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a1953>
- Newman, N. (2023). *Overview and key findings of the 2023 Digital News Report*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary>

- Parlamento Europeo. (2018). *Informe sobre igualdad de género en los medios de comunicación en la Unión*. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0031_ES.html
- Pérez-Curiel, C. y Casero-Ripollés, A. (2023). La lucha contra la desinformación en la sociedad post-pandemia: un reto para el periodismo y más allá. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 11, 83-98. <https://doi.org/10.52495/c4.emcs.11.p98>
- Reuters Institute. (2023). *Mujeres y liderazgo en los medios informativos en 2023: evidencias de 12 mercados*. <https://shre.ink/rxwe>
- Singer, J. B. (2018). Fact-checkers as entrepreneurs: Scalability and sustainability for a new form of watchdog journalism. *Journalism practice*, 12(8), 1070-1080. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1493946>
- Singer, J. B. (2021). Border patrol: The rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative boundaries. *Journalism*, 22(8), 1929-1946. <https://doi.org/10.1177/1464884920933137>
- Tanvir, A. A., Mahir, E. M., Huda, S. M. A. y Barua, S. (2020). A Hybrid Approach for Identifying Authentic News Using Deep Learning Methods on Popular Twitter. En *Threads. 2020 International Conference on Artificial Intelligence and Signal Processing (AISP)* (pp. 1-6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/AISP48273.2020.9073583>
- Tchakounté F., Faissal A., Atemkeng M. y Ntyam A. A. (2020). A reliable Weighting Scheme for the Aggregation of Crowd Intelligence to Detect Fake News. *Information*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/info11060319>
- UNESCO. (2023). *Acceso y participación de las mujeres en los avances tecnológicos*. <https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/gender-equality>
- UNESCO e IPSOS Group. (2023). *Survey on the impact of online disinformation and hate speech*. <https://shre.ink/rxNK>
- United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women. (2018). *Turning Promises into Action: Gender Equality in the 2030 Agenda for Sustainable Development*. UN Women Headquarters Office. <https://shre.ink/rxNX>
- Vandenbroucke, F. (2017). Comparative social policy analysis in the EU at the brink of a new era. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 19(4), 390-402. <https://doi.org/10.1080/13876988.2016.1168618>
- Zippia. (2023). *Fact Checker Demographics and statistics in the US*. <https://www.zippia.com/fact-checker-jobs/demographics/>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los autores:

Conceptualización: Laura Teruel Rodríguez y María Francisca Montiel Torres. **Metodología:** María Francisca Montiel Torres. **Validación:** Laura Teruel Rodríguez. **Análisis formal:** María Francisca Montiel Torres. **Curación de datos:** María Francisca Montiel Torres. **Redacción-Preparación del borrador original:** María Francisca Montiel Torres. **Redacción-Revisión y Edición:** Laura Teruel Rodríguez y María Francisca Montiel Torres. **Visualización:** Laura Teruel Rodríguez y María Francisca Montiel Torres. **Supervisión:** Laura Teruel Rodríguez. **Administración de proyectos:** Laura Teruel Rodríguez y María Francisca Montiel Torres. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Laura Teruel Rodríguez y María Francisca Montiel Torres.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Agradecimientos: Este artículo está vinculado los proyectos “Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand” de la convocatoria de Proyectos de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020) ProyExc00143 y al proyecto nacional: “El impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias (PID2019-108956RB-I00)” (Ministerio de Ciencia e Innovación, Retos).

Conflicto de intereses: no los hay.

AUTORAS:

María Francisca Montiel Torres: Doctoranda en Educación y Comunicación (Universidad de Málaga). Sus líneas de investigación versan sobre periodismo de datos, desinformación y su impacto en la ciudadanía e iniciativas de verificación. Licenciada en Ciencias (Matemáticas) por la Universidad de Málaga, con Suficiencia Investigadora en el Programa Tecnología de la Información y las Comunicaciones y Cursos especializados en Lenguajes de Alto Nivel y Programación. Posee el Certificado de Aptitud Pedagógica y es Profesora de EGB por la Universidad de Málaga. En su carrera profesional ha tenido responsabilidad de jefatura en el Instituto de Ciencias de la Educación y los Servicios Centrales de Informática (Universidad de Málaga), la Sociedad de Planificación y Desarrollo (Diputación de Málaga), y ha sido Directora General de Calidad, Innovación y Prospectiva Turística de la Junta de Andalucía. Participa en el proyecto “Impacto de la desinformación en Andalucía: Análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand” (PAIDI).

mfmontiel@uma.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0004-8486-1947>

Laura Teruel Rodríguez: Profesora Titular de Periodismo en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga, especializada en periodismo político, polarización, desinformación y redes sociales. Ha participado en seis proyectos de investigación nacionales en torno a los cuales ha nucleado su aportación científica. Actualmente es Investigadora principal del proyecto “Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand” ProyExc00143 de la convocatoria de Proyectos de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI). Al mismo tiempo, es investigadora del proyecto nacional (Ministerio de Ciencia e Innovación, Retos): “El impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias (PID2019-108956RB-I00)”. Ha completado su formación investigadora y docente en la Facultad de Humanidades de la Universidad de Oslo (Noruega), London School Economics- Instituto Cañada Blanch- (Inglaterra), Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (Argentina), Universidad de Milán y Università Degli Studi de Padua (Italia). Ha sido colaboradora habitual de Agenda Pública-El País, donde ha publicado tribunas sobre desinformación y polarización en España, el programa Parlamento (RNE), The Conversation, Canal Sur Radio y Televisión, Cadena Ser, Málaga Televisión, 7TV, Málaga.

teruel@uma.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7575-8401>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56003389000>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=3-Gp4icAAAAJ&hl=es&oi=ao>

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P. y Torres-Martín, J. L. (2022). El papel de la comunicación interna en la gestión del teletrabajo durante la crisis de la COVID-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 29-51. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e768>
- Encinillas García, M. y Martín Sabarís, R. (2023). Desinformación y Salud en la era PRECOVID: Una revisión sistemática. *Revista de Comunicación y Salud*, 13, 1-15. <https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e312>
- Pausch, M. (2023). Four types of Social Innovation and their impact on democracy in the 21st century. *European Public & Social Innovation Review*, 8(2), 28-39. <https://pub.sinnergiak.org/esir/article/view/243>
- Quian, A. (2023). (Des)infodemia: lecciones de la crisis de la covid-19. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 1-23. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e274>
- Sánchez González, M., Sánchez Gonzales, H. M. y Martos, J. (2022). Innovación editorial en redes sociales de los verificadores hispanos de la #CoronavirusFactCheck Alliance: contenidos y visión de sus responsables. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 135-161. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1535>

VivatAcademia

revista de comunicación

ISSN: 1575-2844