

Fake news y desinformación sobre migración en España: prácticas del discurso xenófobo en redes sociales y medios online según la plataforma Maldita Migración

Ángel Narváez-Llinares¹ y José Patricio Pérez-Ruffi²

Recibido: 1 de julio de 2022 / Aceptado: 26 de octubre de 2022

Resumen. Este trabajo toma como objeto de estudio las *fake news* (desinformación) relacionadas con la migración en España difundidas durante la primera mitad de 2022. El objetivo principal es analizar la presencia de la población migrante en las desinformaciones identificadas por la plataforma de *fact-checking* Maldita Migración. El segundo objetivo es categorizar el tipo de desinformación aplicado en los contenidos analizados, cuantificarlo y valorar el nivel de desinformación y falsificación. Se aplica un análisis de contenido cualitativo sobre 50 estudios de caso. A partir de los resultados obtenidos en el conjunto de los estudios de caso analizados se utilizan herramientas cuantitativas con objeto de identificar tendencias y prácticas habituales. Los resultados destacan el incremento de la actividad de la plataforma tras la convocatoria de elecciones en Andalucía, así como la insistencia de la desinformación en argumentos y estrategias frecuentes. Además de difundirse por redes sociales, se identifican webs cómplices supuestamente informativas. **Palabras clave:** desinformación; *fake news*; migración; *fact-checking*; periodismo.

[en] Fake news and disinformation about migration in Spain: practices of xenophobic discourse in social networks and online media according to the platform Maldita Migración

Abstract. This paper takes as its object of study the fake news (disinformation) related to migration in Spain spread during the first half of 2022. The main objective is to analyze the presence of the migrant population in the misinformation identified by Maldita Migración, a fact-checking platform. The second objective is to categorize the type of misinformation applied in the analyzed content, quantify it and assess the level of misinformation and falsification. A qualitative content analysis is applied to 50 case studies. Based on the results obtained in the set of case studies analysed, quantitative tools are used in order to identify trends and regular practices. The results highlight the increase in the activity of the platform after the calling for elections in Andalusia. Disinformation contents insist on frequent disinformation arguments and strategies. In addition to spreading through social networks, supposedly informative complicit websites are identified.

Keywords: disinformation; fake news; migration; fact-checking; journalism

Sumario: 1. Introducción. 2. Objetivos. 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Narváez-Llinares, Á., & Pérez-Ruffi, J.P. (2022). *Fake news* y desinformación sobre migración en España: prácticas del discurso xenófobo en redes sociales y medios online según la plataforma Maldita Migración. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (4), 841-854. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82845>

1. Introducción

Una sociedad que se considera democrática debe procurar a la ciudadanía información veraz a través de cualquier medio, lo que implica el combate contra la desinformación de forma activa. La lucha contra la manipulación informativa no es solo responsabilidad de las instituciones y los poderes públicos, sino también de empresas responsables con sus actuaciones. La responsabilidad para con la ciudadanía democrática y libre se incrementa en el caso de los medios de información, conscientes del enorme poder que ejer-

cen sobre la opinión pública. El compromiso con la transmisión de información veraz por los medios debería velar por el bien común, incluyendo también la atención de todos los sectores de la sociedad: la Constitución Española reconoce en el artículo 14 como derecho fundamental la igualdad ante la ley “sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”, además del derecho a recibir información veraz, en el artículo 20 (Boletín Oficial del Estado, 1978). La población migrante, y es la idea que este

¹ Universidad de Málaga (España)
E-mail: angelnarvaezllinares@alu.uma.es
² Universidad de Málaga (España)
E-mail: patricioperez@uma.es

trabajo defiende en todo momento, no debe ser objeto de las acciones delictivas o malintencionadas de usuarios o grupos de cualquier tipo, incluyendo entre estas actuaciones también la distribución de información falsa o manipulada que atente contra los derechos de las comunidades extranjeras en España.

El primer punto en el estudio de las *fake news* pasa por la delimitación del concepto, la definición y la identificación de las cualidades que las caracterizan. En una investigación de naturaleza bibliográfica sobre el fenómeno, Parra y Oliveira (2018, p. 65) destacan que de un corpus de 91 artículos procedentes de revistas indexadas en Web of Science y Scopus, solamente el 8% recoge la definición de *fake news*, término en todo caso en proceso de reemplazo por el más apropiado de desinformación.

A partir del repaso de diferentes definiciones, Chenzi (2021, p. 505) entiende las *fake news* como información falsa que imita el contenido de los medios de comunicación con el fin de engañar e influir en diversas reacciones del público. La voluntad de engaño subyace igualmente en el concepto de Brennen (2017). Tandoc et al (2018, p. 12) destacan su objetivo de desinformar a las personas o atraer visitas para monetizarlas con la intención inmediata de embaucar a la gente para hacerles creer que las noticias falsas (o historias ficticias) son reales. Se habla en definitiva de “noticias que no están verificadas”, además de “la mala información que se construye para dañar de forma consciente a través de la información” (Alonso, 2019, pp. 31-32).

La Comisión Europea recomendó el empleo del término desinformación debido a su mayor precisión, marcando distancias con el uso del concepto *fake news* usado por muchos políticos y personajes públicos. De esta forma, entendía desinformación como “all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit” (European Commission, 2018, p. 3). Rodríguez Pérez (2019, p. 67) apuesta por el uso del concepto desinformación por encima de *fake news*, definiéndolo como “la distorsión de la información difundiendo noticias falseadas que engañan al receptor final”. Parra y Oliveira (2018, p. 59) consideran igualmente que el término *fake news* “no explica la complejidad del problema y genera confusión en los debates políticos, mediáticos y académicos”, razón por la que prefieren “hablar de desinformación”.

Entre las cualidades que caracterizan la desinformación (o las *fake news*, en el caso de que quisiera mantenerse el término por su popularidad) se encuentra su diseño para proporcionar información errónea a través de cualquier medio con la intención de engañar, “in order to orientate people’s opinions on politics, science and society, often with exaggerated, sensationalist, manifestly false headlines that grab the attention of the readers” (Borella y Rossinelli, 2017, p. 59). Estas además “funcionan mejor” a través de las emociones que de la racionalidad: “people react through emotions without evaluating the news

content and updating their opinion according to the new information” (Borella y Rossinelli, 2017, p. 66).

En el ámbito político, la desinformación se utiliza como herramienta para “mantener el poder” o “generar una opinión favorable de los ciudadanos” en relación con temas controvertidos o con medidas objetables (Carr, Cuervo y Daros, 2020, p. 40). De esta forma, “la desinformación pone en jaque una de las variables imprescindibles de las democracias: el derecho a recibir una información veraz” (Rodríguez Pérez, 2019, p. 68). Carr, Cuervo y Daros (2020, p. 40) califican además el fenómeno como “undemocratic propaganda”, desde el momento en que involucra historias o narrativas que podrían apoyar intereses particulares, con independencia de que aquellas lleguen a ignorar, omitir o negar informaciones veraces.

Las noticias falsas encuentran su forma de difusión como parte del “nuevo orden discursivo” a través de las redes sociales (Camargo, 2021; Tandoc et al, 2018), siendo además pocos los programas educativos formalizados y críticos destinados a descifrar la veracidad de las noticias y de las informaciones, en general (Carr, Cuervo y Daros, 2020, p. 53). En la distribución online entran en juego nuevas variables como “velocidad, amplitud y universalidad, vectores que potencian el auge de su difusión amparados en la participación, el anonimato, la fuente oculta y la dificultad para borrar su rastro” (Alonso y García Orta, 2015, p. 275).

Las redes sociales, afirma Alonso (2019, p. 33), “han pasado a ser hegemónicas” y mediatizan tanto el modo en que se accede a la información como la manipulación que se hace de la misma. Para las democracias supone inevitablemente un reto: “As more people turn to social networks as a primary news source, online disinformation could become a major challenge to political communication in advanced democracies” (Humprecht, 2019, p. 1974). Ello lleva a Humprecht a añadir el adjetivo “online” al definir la desinformación como un fenómeno contemporáneo.

Apuntan Hernández Conde y Fernández García (2019, pp. 40-44) que un 30% de las noticias distribuidas en Facebook por la web Caso Aislado (“un portal vinculado a Vox que ha sido denunciado en varias ocasiones por la construcción de bulos y noticias falsas”) responde a “noticias contra la inmigración”. Este alto porcentaje da cuenta de la importante presencia de desinformación que agrede directamente a la población migrante. Afirma Urbán que para Vox los inmigrantes son “chivos expiatorios de la crisis económica y sistémica” (Urbán, 2019, p. 113; en Camargo, 2021, p. 69).

Ante la divulgación de desinformación, Vorobyeva et al (2020) consideran que la prensa y la investigación tienen responsabilidades y obligaciones: “As fake news about immigration keeps gathering momentum, it is crucial to be able to detect it and counteract”.

Las *fake news* sobre inmigración pueden entenderse como un tipo de discurso de odio difundido a través de Internet y de las redes sociales. Según Bus-

tos Martínez et al (2019, p. 38), “las redes sociales digitales, por sus características y los efectos que promueven, se están convirtiendo en una plataforma que está sirviendo para la difusión de discursos de odio”, de tal forma que “por la dificultad de identificar y atajar estos comentarios racistas y xenófobos, sirven de escenario virtual para difundir y alimentar pensamientos y discursos de odio”. Además, la “falta de respuesta eficaz por parte de las empresas tecnológicas” también afecta a las problemáticas relacionadas con el discurso de odio en internet”, afirman Molina y Magallón (2019, p. 104).

Aunque el contexto que analiza Van Dijk (2003, p. 17) es anterior al actual escenario de expansión de las redes sociales, resulta válido su razonamiento sobre lo que denomina “racismo institucional”, referido a “las prácticas discursivas organizadas de las élites”, que incluyen los debates parlamentarios, “las noticias que aparecen en la prensa”, los documentos burocráticos o los libros de texto. En una posible actualización del concepto, las plataformas de comunicación social online y las redes sociales, de manera específica, podrían integrarse también en la idea de “racismo institucional” de Van Dijk y las *fake news* podrían reconocerse como prácticas discursivas xenóforas.

La desinformación que alude a las personas y comunidades migrantes suelen repetir una serie de estereotipos en su discurso xenóforo o racista (Carr, Cuervo y Daros, 2020). En este sentido, Wright et al (2020, pp. 332) citan los tópicos que desde medios estadounidenses se asocian a los migrantes latinoamericanos, así como a musulmanes, a partir de un nutrido número de trabajos académicos que los investigan.

Aunque la desinformación es un proceso intrínseco a la propia historia de la humanidad, es con las redes y el acceso de los usuarios a la producción y distribución de contenidos que se convierte en un fenómeno tan masivo como preocupante. Puede añadirse que, en el plano de la investigación, se dispara la producción académica que estudia la desinformación y las *fake news* a partir de 2016, con la campaña electoral emprendida por Donald Trump y su posterior victoria como momentos de referencia (Journell, 2017; Borella y Rossinelli, 2017; Parra y Oliveira, 2018; Alonso, 2019; Carr, Cuervo y Daros, 2020; Hernández Conde y Fernández García, 2019; Rodríguez-Fernández, 2019; Rodríguez Pérez, 2019; Vorobyeva et al, 2020; Camargo, 2021; Chenzi, 2021).

En el ámbito español y latinoamericano, la investigación acerca de *fake news* comienza a consolidarse como una importante tendencia de estudios desde 2017. Caben destacar los trabajos de Alonso (2019), sobre la paradoja de la “desinformación en la era de la sociedad de la información”, o de Camargo (2019), Carr, Cuervo y Daros (2020) o Hernández Conde y Fernández García (2019), acerca del uso de la desinformación por parte de Vox y de webs informativas relacionadas con el partido. De forma específica, varios estudios han analizado y tomado muestras de casos refutados por la plataforma de verificación española Maldita y sus diversas marcas (Bernal-Triviño

y Clares-Gavilán, 2019; Rodríguez Pérez, 2019; Notario y Cárdenas, 2020; Camargo, 2021). Esta investigación ha tomado especialmente como referencia metodológica la investigación de Notario y Cárdenas (2020), que tipifica y cuantifica los contenidos de desinformación sobre migración a partir de una muestra de Maldita Migración.

El *fact-checking* consiste en un servicio (Carr, Cuervo y Daros, 2020) basado en “revisar y verificar declaraciones o datos, certificando la veracidad de las cifras y contenidos expresados” (Notario y Cárdenas, 2020, p. 77). Rodríguez Pérez (2019, p. 69) lo entiende como un tipo de periodismo (“periodismo de verificación de hechos factuales”) capaz de “posicionarse como el único cortafuego real con el propósito de mejorar la calidad del debate público”. Sin embargo, Molina y Magallón (2019, p. 99) apuntan que “la existencia de colectivos verificadores de información pone de manifiesto que las instituciones tradicionales no pueden realizar esta tarea”.

Como plataforma de *fact-checking*, Maldita Migración es un proyecto de la página web [Maldita.es](https://maldita.es), “proyecto periodístico independiente y sin ánimo de lucro que, a través de distintas ramas, monitoriza el discurso político y público aplicando técnicas de periodismo de datos para su verificación” (Europa Press, 2019). Según señala la propia plataforma, “Maldita Migración pone bajo la lupa los bulos sobre inmigración y refugio, buscando con las herramientas del *fact-checking* la verdad de los datos y los hechos contrastados”, con el objetivo de que “la ciudadanía tenga información contrastada y verificada a la hora de tomar decisiones” ([Maldita.es](https://maldita.es), 2019).

El sitio web incluye un buscador donde comprobar la veracidad de la información que circula en web, redes sociales o programas de mensajería como Whatsapp, usando palabras clave o incluso subiendo imágenes (Notario y Cárdenas, 2020). Según recogen Molina y Magallón, “el proceso de verificación de un bulo es más complicado de lo que parece”, sobre todo con textos o audios; en el caso de desinformaciones sobre ayudas públicas, por ejemplo, “hay que realizar una labor minuciosa de investigación y documentación: acudir a expertos legales, instituciones, comprobar boletines oficiales, leer textos de disposiciones y sus anexos” (Molina y Magallón, 2019, pp. 106-107).

La hipótesis que esta investigación quiere demostrar es que, incluso aunque el objeto preciso de las *fake news* respecto a migración es susceptible de variación en función de la actualidad informativa, estas responden a ejes habituales del discurso xenóforo. Se considera igualmente que la identificación de dichos ejes podría permitir estrategias que faciliten la réplica desde la raíz, razón por la cual se justifica la necesidad de este trabajo.

2. Objetivos

El estudio que aquí se propone plantea tres objetivos generales, que subyacen en toda la investigación y en

el comentario de los resultados, y varios objetivos específicos que se proponen para lograr los generales. Así, el primer objetivo general de esta propuesta de investigación es analizar la presencia de la población migrante en los bulos y las desinformaciones (*fake news*) desmentidas a través de la plataforma de *fact-checking* Maldita Migración, a través de un análisis de contenido cualitativo. El segundo objetivo general es categorizar el tipo de desinformación aplicado en los contenidos analizados, cuantificarlos y valorar el nivel de desinformación y falsificación. A raíz de los resultados obtenidos, se pretende, en tercer lugar, poner en relación el contenido de las desinformaciones desmentidas con la actualidad política nacional e internacional y valorar la vigencia y/o actualidad de los discursos xenófobos que subyacen bajo estas prácticas.

Los objetivos específicos son: cuantificar y analizar los estereotipos o ideas (ejes del discurso xenófobo) que se repiten en estas desinformaciones, estudiar los perfiles y los orígenes de la población migrante objeto de las desinformaciones, identificar los medios o canales a través de los cuales se divulgan estos contenidos, así como reconocer los formatos (textos o audiovisuales) utilizados en dichos contenidos de desinformación.

Esta investigación no propone objetivos empíricos concretos, pero sí precisa las categorías que son aplicadas en el análisis, justifica el origen de la muestra y ofrece los enlaces de cada una de las desinformaciones publicadas por la plataforma Maldita Migración, lo que permitiría la verificación de los resultados logrados.

3. Metodología

Esta investigación se proyecta desde la aplicación de una metodología precisa que se desarrolla a continuación. Se pretende de esta manera evitar la ausencia de una descripción metodológica “en experimentos o estudios de caso” que Parra y Oliveira (2018, p. 65) detectan en un 79% de los textos sobre desinformación editados en publicaciones académicas indexadas en Web of Science y Scopus.

Este trabajo toma como referente metodológico muy directo la propuesta realizada por Notario y Cárdenas (2020), con objetivos y un objeto de estudio similares a los aquí tomados. Podría incluso llegar afirmarse que esta investigación actualiza los resultados alcanzados por Notario y Cárdenas (2020) a partir de una nueva muestra de estudio y desde otros objetivos, si bien ha de apuntarse que han sido modificadas algunas de las categorías de la metodología tomada como referencia, en aras de lograr resultados adecuados a las condiciones de acceso a la información y a las circunstancias de la actualidad informativa y del proceso de verificación de la plataforma Maldita Migración.

La metodología que aquí se aplica se basa, de forma genérica, en el análisis de contenido cualitativo (es decir, se interpretan los mensajes), aplicado

sobre una muestra de cincuenta casos. Sobre los resultados obtenidos en el conjunto de los estudios de caso analizados se aplican herramientas cuantitativas con objeto de identificar tendencias y prácticas habituales en los contenidos de desinformación

La plantilla de análisis que se aplica en cada uno de los casos recoge, en primer lugar, la fecha de publicación del artículo de Maldita Migración en el que se analiza el bulo y la fecha de publicación del contenido comentado. La comparación entre ambas fechas nos permitirá evaluar la rapidez en la denuncia del acto de desinformación, además de reconocer el periodo de posible “vigencia” de las *fake news* o el intento de actualización de bulos ya desmentidos.

A continuación se describe brevemente el contenido sobre el que versa la *fake news* analizada, el origen de los migrantes relacionados con dicho contenido (caso de ser identificado), los canales de distribución del contenido (desde la información ofrecida por la propia plataforma) y el formato usado, es decir, los materiales empleados en el contenido de desinformación y que se concretan en texto, imagen, vídeo y audio.

En el siguiente apartado se atiende a la clasificación de tipos de desinformación, a partir de las categorías propuestas por Wardle (2017), en una escala “que mide con bastante flexibilidad la intención de engañar”: parodıa (“no tiene la intención de causar daño, pero tiene el potencial de engañar”); conexión falsa (“cuando los titulares, imágenes o los subtítulos no respaldan el contenido”); contenido engañoso (“uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo”); contexto falso (“contenido genuino que se comparte fuera de su contexto original”); contenido impostor (“cuando se suplantan fuentes genuinas”); contenido manipulado (“cuando se manipula información o imágenes genuinas para añadir”, formato que se puede ampliar al vídeo o a los contenidos de audio); y, contenido fabricado (“contenido que es 100% falso, diseñado para engañar y dañar”). Esta escala combina el uso de referencias (reales o falseadas) con el nivel de engaño que se proponen y el daño paralelo que se le supone. Las categorías propuestas pueden ser compatibles entre sí (por ejemplo, un contenido fabricado o manipulado puede ser también impostor) y se toma nota de ello cuando coincidan más de un tipo.

De forma más específica se indica en cada caso si la fuente es impostora o no y se valora la relación de la supuesta atribución con medios de comunicación o con personajes públicos y líderes de opinión. En último lugar, la plantilla de análisis aplicada categoriza los tópicos asociados a los migrantes en estas informaciones a partir de lo que Camargo (2021, p. 73) califica como “ejes temáticos del discurso racista y antiinmigración” en una investigación sobre el discurso sobre migración del partido político Vox en Twitter: “Inmigrantes ilegales”; “Menas agresores y violadores”; “Inmigrantes delincuentes y violentos”; “Inmigrantes invasores”; “Inmigrantes y focos de contagio de Covid-19”; “Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del ingreso mínimo vital (IMV)” (Ca-

margo, 2021, p. 73). A estas categorías se han añadido otras cuatro que quedaron fuera de la muestra de Camargo: “Inmigrantes agreden creencias religiosas en España”; “Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España”; “Inmigrantes y refugiados perceptores de ayudas, en general”; “Inmigrantes privilegiados frente a españoles”.

Una vez representados gráficamente los resultados logrados, este trabajo pretende identificar la posible complicidad por parte de medios digitales de información en la difusión de contenidos falseados, caso de llegar a localizarse (más allá de las habituales redes sociales o de las plataformas de contenidos generados por usuarios).

Como se ha comentado, esta metodología de análisis se aplica sobre una muestra de 50 *fake news* desmentidas por la plataforma Maldita Migración. La muestra se ha seleccionado aplicando un criterio temporal, de tal forma que se han tomado como estudios de caso 50 bulos desmentidos entre el 22 de noviembre de 2021 y el 23 de junio de 2022 (7 meses), en aras de lograr una selección lo más actualizada posible. Se considera que 50 puede conformar un número de piezas representativas, especialmente si se atiende a los trabajos que se han tomado como referencia: Vorobyeva et al (2020) analizan 59 bulos, Cheddadi (2020) selecciona 62 tuits, Rodríguez-Fernández (2019) aumenta este valor hasta las 168 “informaciones”, aunque Notario y Cárdenas (2020) logran importantes aportaciones con una muestra de 20 contenidos falsos o fraudulentos relacionados con los migrantes.

La selección de fechas para la muestra responde a la necesidad de tomar una muestra de la mayor actualidad posible, contemporánea al desarrollo de esta investigación. Se ha considerado la importancia a nivel global de la guerra en Ucrania, de tal modo que la horquilla de tiempo de la muestra permite el análisis previo y simultáneo al inicio del conflicto. En las fechas de las desinformaciones difundidas en el periodo analizado tuvieron lugar igualmente elecciones autonómicas en Andalucía, comunidad en la que el partido político Vox alcanzó una notoriedad insólita en los comicios previos, de 2018. El tercero de los objetivos generales de esta investigación (poner en relación el contenido de las desinformaciones desmentidas con la actualidad política nacional e internacional y valorar la vigencia y/o actualidad de los discursos xenófobos que subyacen bajo estas prácticas) justifica el marco temporal seleccionado, con eventos de la suficiente notoriedad política y social para poder tener un posible paralelismo en el terreno de la desinformación relacionada con la migración.

4. Resultados

Una vez aplicadas las fichas de análisis en el conjunto de los 50 casos seleccionados en la muestra, se procede a la presentación de una tabla que resume los principales puntos a los que se atendió, simplificando aquí la redacción de las categorías.

Tabla 1. Análisis de una muestra de 50 contenidos de desinformación contrastados por Maldita Migración (noviembre 2021-junio 2022)

	Fecha fact-check	Fecha difusión	Descripción del bulo	Origen	Canal	Forma	Tipo	Fuente impostor	Eje discurso xenófobo
1	23/6/22	24/5/22	Declaraciones de “una asesora de Irene Montero” sobre la nacionalización de todos los migrantes para evitar “el racismo que producen noticias de violaciones a manos de extranjeros”	No se indica	Twitter	Texto, imagen	Fabricado Impostor	Sí (<i>El Mundo</i>)	Inmigrantes delincuentes y violentos
2	22/6/22	21/6/22	“Pelea entre migrantes en la piscina municipal de Málaga”	No se indica	Twitter	Texto, vídeo	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
3	20/6/22	10/11/22	Vídeo de “un hombre negro asaltando una iglesia y pegando a un cura en Canarias”	Subsahariano	Twitter	Vídeo, texto, (audio)	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos; Inmigrantes agreden creencias religiosas cristianas
4	17/6/22	13/6/22	“La piscina municipal de Nules (Castellón) permanecerá abierta durante dos días a la semana sólo para personas musulmanas”	Musulmán	Twitter	Texto	Fabricado	No	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España

	Fecha fact-check	Fecha difusión	Descripción del bulo	Origen	Canal	Forma	Tipo	Fuente impostor	Eje discurso xenófobo
5	16/6/22	12/6/22	Un hombre negro “tirando comida en un supermercado”	Subsahariano	Twitter	Texto, vídeo	Manipulado	No	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
6	15/6/22	08/6/22	Vídeo de agresión de un varón negro a una dependienta, montaje con audio de Teresa Rodríguez e imágenes de personajes públicos	Subsahariano	Redes sociales	Vídeo, texto	Manipulado Fabricado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
7	15/6/22	13/5/22	“Un grupo de refugiados ucranianos” agrede mortalmente a un ciudadano polaco	Ucraniano	Redes sociales	Vídeo, texto	Engañoso	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
8	13/6/22	9/6/22	Supuesto vídeo de graduación en Almería	No se indica	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
9	13/6/22	11/6/22	Según Teresa Rodríguez, “restaurar los valores de convivencia y multiculturalidad del Califato Omeya debe ser una de las prioridades de Andalucía”	Musulmán	Twitter	Texto, imagen	Fabricado Impostor	Sí (Adelante Andalucía)	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
10	10/6/22	8/6/22	Vídeo de una “agresión a un hombre durante un concierto” supuestamente “en Barcelona”	No se indica	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
11	9/6/22	No se conoce	Supuesta “ayuda de 50 euros en cualquier comercio en España para las personas ucranianas sólo con enseñar su identificación”	Ucraniano	Redes sociales	Texto, imagen	Fabricado	No	Inmigrantes y refugiados perceptores de ayudas, en general
12	8/6/22	6/6/22	Supuestas ayudas “de 1.700 millones de euros a Nigeria para el desarrollo”	Subsahariano	Web <i>La Gaceta de la Iberosfera</i>	Texto, imagen	Manipulado	No	Inmigrantes y refugiados perceptores de ayudas, en general
13	6/6/22	No se conoce	“Los musulmanes procedentes de Marruecos viven en un 80% de las ayudas sociales” en Cataluña	Musulmán	Redes sociales, webs <i>Alerta Digital</i> y <i>La Gaceta</i>	Audio	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores de subvenciones y del IMV
14	1/6/22	29/5/22	Vídeo de “personas robando maletas de un autobús en marcha” en relación con la final de la Champions de París	No se indica	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
15	30/5/22	29/5/22	Delincuentes roban varios DNI de “aficionados al Real Madrid en la final de la Champions en París”	Marroquí	Redes sociales, Twitter	Texto, imagen	Fabricado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
16	30/5/22	2012/2015/2018/2022	Prohibición de comer jamón en un colegio de Terrasa “para no ofender a los árabes”	Marroquí	Twitter, web <i>Alerta Digital</i> , canal de televisión <i>Intereconomía</i>	Vídeo, texto	Fabricado	No	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
17	26/5/22	19/5/22	“Refugiados ucranianos han quemado su casa de acogida en Alemania al prender una bandera rusa”, según Bild	Ucraniano	Twitter, redes sociales	Vídeo, texto	Fabricad Impostor	Sí (<i>Bild</i>)	Inmigrantes y refugiados perceptores de ayudas, en general
18	26/5/22	12/5/19, periódico	Audio de testimonio de cliente de La Caixa sobre “magrebí que recibe 1.800€ al mes con la ayuda PIRMI”	Marroquí	Whatsapp, Facebook	Audio	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores de subvenciones y del IMV

	Fecha fact-check	Fecha difusión	Descripción del bulo	Origen	Canal	Forma	Tipo	Fuente impostor	Eje discurso xenófobo
19	24/5/22	23/5/22	Vídeo de la “detención de una mena por apuñalar a su asistente social en Tudela (Navarra)”	No se indica	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Menas agresores y violadores
20	24/5/22	7/9/20, periódico	Comparación de ayudas recibidas por migrante nigeriano frente a anciano español	Subsahariano	Twitter	Texto, imagen	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores de subvenciones y del IMV
21	24/5/22	2019, periódico	Supuesta pensión de viudedad para cuatro mujeres viudas de un hombre marroquí	Marroquí	Redes sociales	Texto, imagen	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores de subvenciones y del IMV
22	23/5/22	9/3/22	Cobro de ayudas por inmigrantes africanos “sin trabajar”	Subsahariano	TikTok, redes sociales	Vídeo	Parodia; Contexto Falso	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores de subvenciones y del IMV
23	19/5/22	15/5/22	Marroquíes denunciados como “responsables del atropello en la puerta de una discoteca en Málaga”	Marroquí	Twitter	Texto	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
24	12/5/22	23/3/22	Supuesta “pancarta de la Generalitat de Cataluña que da la bienvenida a los ucranianos y pide la expulsión de andaluces y extremeños”	Ucraniano	Twitter	Imagen	Fabricado	No	Inmigrantes privilegiados frente a españoles
25	25/4/22	11/7/19, periódico	Supuestas declaraciones de la periodista Elisa Beni en defensa de migrantes menores acusados de violación	No se indica	Twitter	Texto, imagen	Fabricado Impostor	Sí (perfil de Twitter)	Menas agresores y violadores
26	22/4/22	17/4/22	Un migrante que “no respetaba los rezos de un grupo de católicos es agredido” por uno de los hombres blancos	Musulmán	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes agreden creencias religiosas cristianas
27	21/4/22	18/4/22	Supuestas ventajas de la “ley islámica” para la mujer, según El País	Musulmán	Twitter	Texto, imagen	Fabricado Impostor	Sí (<i>El País</i>)	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
28	20/4/22	17/4/22	Cuenta troll relacionada con Unidas Podemos que pide perdón a los musulmanes que se hayan sentido “ofendidos por las procesiones de Semana Santa”	Musulmán	Twitter	Texto	Fabricado	No	Inmigrantes agreden creencias religiosas cristianas
29	20/4/22	15/4/22	Supuesto “intento de boicot a una procesión en Granada el 14 de abril” por “menas”	No se indica	Twitter, web <i>OK Diario</i>	Texto, imagen	Manipulado	No	Inmigrantes agreden creencias religiosas cristianas; Menas agresores y violadores
30	12/4/22	11/4/22	“Supuesto intento de boicotear una procesión en El Vendrell (Tarragona) el 10 de abril” por migrantes musulmanes	Musulmán	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes agreden creencias religiosas cristianas; Inmigrantes delincuentes y violentos
31	6/4/22	2019, 2021, periódico	Supuesto cobro mensual de “pagas mensuales de entre 300 y 1.125€” para menas	No se indica	Redes sociales	Texto, imagen	Fabricado Impostor	Sí (<i>El Español</i>)	Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del IMV

	Fecha fact-check	Fecha difusión	Descripción del bulo	Origen	Canal	Forma	Tipo	Fuente impostor	Eje discurso xenófobo
32	6/4/22	2018, 2020, 2022, periódico	La Junta de Andalucía ofrece supuestamente “el carnet de camión gratis sólo para inmigrantes”	No se indica	Redes sociales	Texto, imagen	Manipulado	No	Inmigrantes y refugiados perceptores de ayudas, en general
33	18/3/22	16/3/22	Agresión de un “refugiado ucraniano a otro en un tren”	Ucraniano	Twitter	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
34	4/3/22	28/2/22	Asociación de Castellón “busca familias interesadas en acoger niños de Ucrania”	Ucraniano	WhatsApp	Texto	Fabricado	No	Otros: Falso llamamiento solidario
35	4/3/22	3/3/22	Gobierno de Aragón “busca familias interesadas en acoger niños de Ucrania”	Ucraniano	WhatsApp	Texto	Fabricado	No	Otros: Falso llamamiento solidario
36	2/3/22	26/2/22	“La policía y los ejércitos polaco y ucraniano están impidiendo el cruce de la frontera a personas negras”	Subsahariano	Twitter, webs de múltiples medios europeos	Vídeo, texto	Manipulado	No	Otros: Racismo por instituciones en Europa
37	24/2/22	2020, 2022	Supuesto “cheque regalo” para inmigrantes ilegales de 1.105€”	No se indica	Whatsapp	Vídeo (audio)	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del IMV
38	14/2/22	10/2/22	Supuesta “agresión Inmigrantes delincuentes y violentos grupal de un grupo de marroquíes a un joven con discapacidad intelectual”	Marroquí	Twitter	Texto, imagen	Impostor; Manipulado	Sí (<i>El Español</i>)	Inmigrantes delincuentes y violentos
39	14/2/22	23/2/22	Supuesta “ayuda al alquiler de 200€ Generalitat de Cataluña por ser marroquí”	Marroquí	TikTok, Whatsapp, redes sociales	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del IMV
40	11/2/22	11/2/22	Diálogo con Whatsapp con supuesta “agresión en el metro de Madrid (Moncloa)”	No se indica	Redes sociales	Texto, imagen	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
41	3/2/22	2014, 5/9/22, periódico	Supuesta intención del Ayuntamiento de Barcelona de “construir una mega mezquita en la plaza de toros de la Monumental”	Musulmán	Twitter, diario <i>El Español</i> (2014)	Texto	Fabricado	No	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
42	1/2/22	31/1/22	“El Ministerio de Igualdad y asociaciones antirracistas exigen a Mediaset la retirada de la serie Aída por ser racista y machista”	No se indica	Twitter	Texto	Fabricado Impostor	Sí (<i>20 minutos</i>)	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
43	25/1/22	18/1/22	Supuesta “agresión a un anciano por parte de un mena en Sevilla”	No se indica	Twitter, redes sociales, web <i>Canal 5TV</i>	Vídeo, texto	Manipulado	No	Menas agresores y violadores
44	11/1/22 (4/12/21)	11/11/21	Supuestamente “el número de moros ya es mayor que el de la población autóctona” en Lanzarote y Fuerteventura	Marroquí	Whatsapp	Texto	Fabricado	No	Inmigrantes invasores
45	7/1/22	3/1/22	“Diputado de Unidas Podemos (Serigne Mbaye) en la Asamblea de Madrid pide acabar con los Reyes Magos por ser una tradición racista”	Subsahariano	Twitter	Texto, imagen	Fabricado	No	Inmigrantes contra hábitos sociales y culturales en España
46	21/12/21	25/3 5/20	Supuesta “confesión del Gobierno de que la mayoría de beneficiarios del Ingreso Mínimo Vital serán inmigrantes”	No se indica	Facebook, Twitter, redes sociales, web <i>Caso Aislado</i> (editado)	Texto	Manipulado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del IMV
47	16/12/21	5/12/21	Vídeo de la agresión de un supuesto “grupo de menas a un hombre en Barcelona”	No se indica	Redes sociales	Vídeo, texto	Manipulado	No	Menas agresores y violadores

	Fecha fact-check	Fecha difusión	Descripción del bulo	Origen	Canal	Forma	Tipo	Fuente impostor	Eje discurso xenófobo
48	3/12/21, 2020	1/11/12, 6/11/12, 5/7/13, periódico	Supuestamente “el 80% de los musulmanes residentes en Europa viven de la asistencia social y se niegan a trabajar”	Musulmán	Webs <i>Memri TV</i> , <i>Alerta Digital</i> , <i>Prolsrael</i>	Texto, imagen	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del IMV
49	1/12/21	27/11/21	Una mujer “africana” intenta “robar en una frutería”	Subsahariano	Twitter, Facebook, Telegram, redes sociales	Vídeo, texto	Manipulado	No	Inmigrantes delincuentes y violentos
50	22/11/21, 16/7/20	No se indica, periódico	Supuesto “vídeo en el que una mujer musulmana rechaza un trabajo para no perder las ayudas de la Generalitat de Cataluña”	Musulmán	Redes sociales	Vídeo	Fabricado	No	Inmigrantes adultos y menas perceptores del subvenciones y del IMV

Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a las fechas de publicación de los casos estudiados, ha de comentarse, en primer lugar, el amplio número de artículos relacionados con la migración que la plataforma Maldita Migración publica en el último mes de la muestra: siendo siete los meses comprendidos dentro de la muestra (del 22 de noviembre al 23 de junio), el 44% de las verificaciones publicadas se hace entre el 22 de mayo y el 23 de junio. Si se toma como referencia la fecha del anuncio de la convocatoria de las elecciones autonómicas en Andalucía (25 de abril de 2022), ese porcentaje se incrementa al 50% de la muestra.

De aquí podría apreciarse un incremento de la actividad de la plataforma en la publicación de textos que desmienten *fake news* relacionadas con la migración. No puede demostrarse, sin embargo, un incremento paralelo de la circulación de desinformación sobre migrantes, dado que se parte de una muestra de la actividad de la plataforma de *fact-checking*. No se cuenta, por lo tanto, con pruebas de la mayor difusión de contenidos de desinformación relativos a migración durante los periodos previos a elecciones, aunque existen indicios para poder confirmarlo.

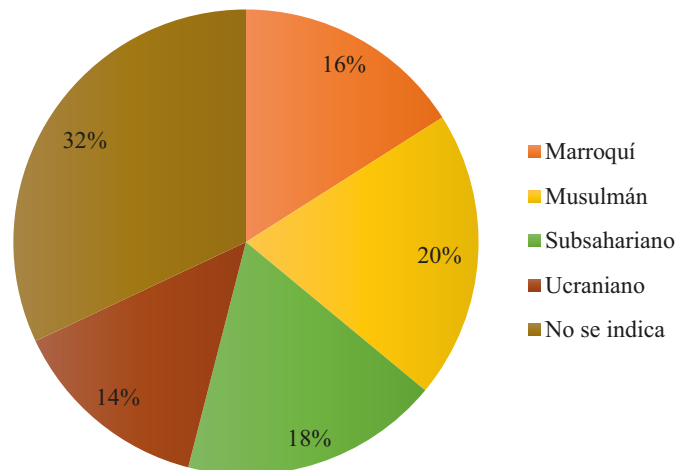
Con respecto a la relación entre la fecha de la publicación del artículo de Maldita Migración en la que se verifica la falsedad del documento comentado y la fecha de su distribución, se aprecia la velocidad en la publicación de artículos que contrastan la veracidad o la falsedad de los contenidos maliciosos, siendo de un periodo medio de entre dos días y una semana. Cabe destacar que la refutación es inmediata (el mismo día de la publicación de la *fake news* o al día siguiente) en aquellos casos en los que la desinformación está ligada a asuntos de actualidad como, por ejemplo, la final de la Champions League, procesiones de Semana Santa, el atropello en la puerta de una discoteca en Málaga, agresiones físicas publicadas en prensa o las supuestas declaraciones de miembros o asesores de partidos como Unidas Podemos o Adelante Andalucía.

Puede añadirse la presencia de lo que Maldita Migración denomina como “noticias zombis”, esto

es, asuntos y *fake news* que ha sido desmentidos en varias ocasiones, pero que regularmente conocen nuevas fases de redifusión simulando su novedad. En la muestra de este análisis ha conformado el 22% del total, tratando en la mayor parte cuestiones relacionadas con las supuestas ayudas y subvenciones que reciben las personas migrantes o con las exigencias de cancelación de prácticas culturales asociadas a tradiciones arraigadas en España. En definitiva, son temas que podrían identificarse como de actualidad permanente o no ligados a hechos noticiosos precisos de mayor actualidad.

El origen de las comunidades de migrantes a las que aluden la muestra de *fake news* desmentidas por Maldita Migración (gráfico 1) ofrece poca variedad y remite a grupos poco precisos que mezclan nacionalidad o continente (por ejemplo, marroquí, “moro” o africano) con creencias religiosas (como la musulmana) o color de la piel (personas negras). Si se integran en estos contenidos dentro del mismo grupo social a las personas procedentes de Marruecos con las genéricamente denominadas “musulmanas”, se encontraría el mayor colectivo aludido en la desinformación analizada, conformando un 36% del total. Un 18% remitiría a personas de origen subsahariano, denominadas “negros” o “africanos” en las *fake news*. A partir del inicio de la guerra en Ucrania a finales de febrero de 2022 se suman a estos colectivos los refugiados de origen ucraniano en un 14% de la muestra, como objeto de los mismos discursos xenófobos que sufren los migrantes ya mencionados (supuestos privilegios respecto a ciudadanía española, falta de adaptación a hábitos sociales presumiblemente europeos, etc.).

Más allá de la mención a estos tres grupos, ha de advertirse que en casi una tercera parte de la muestra (el 32%) no se indicaba el origen de los migrantes. La dificultad en el acceso a estos contenidos, eliminados de las redes sociales en gran medida, no permite contrastar directamente el origen de los migrantes a los que se asocian los contenidos.

Gráfico 1. Origen de los migrantes en los contenidos de desinformación en España

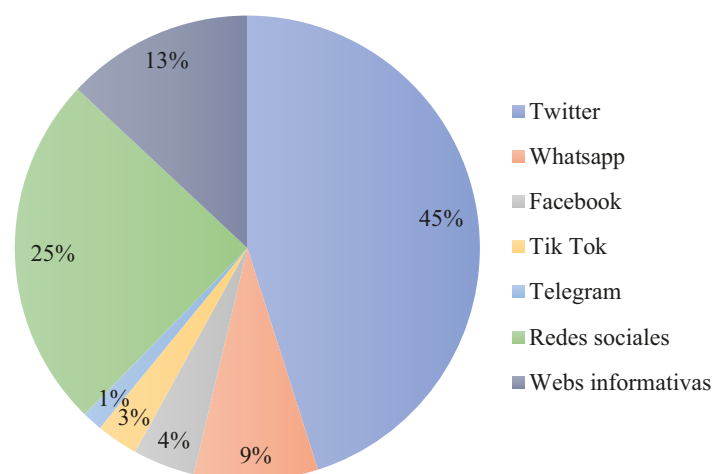
Fuente: Elaboración propia.

La distribución de las *fake news* refutadas en la muestra (gráfico 2) se hace mayoritariamente a través de las redes sociales, conformando un 87% del total de los canales. El desglose de los 60 canales ligados a redes sociales queda así: 45% en Twitter; 8,6% en Whatsapp; 4,3% en Facebook; 2,9% en Tik Tok; 1,4% en Telegram; a los que se suma un 24,6% dentro de una mención genérica a “redes sociales”. Aunque estas plataformas llevan a cabo importantes actuaciones para evitar la difusión de injurias y calumnias que atentan contra el honor de personas y colectivos o contra la verdad, la fácil accesibilidad a la producción y distribución de contenidos de cualquier índole por parte de los usuarios permite la difusión también de desinformación a una audiencia potencialmente global.

Más preocupante llega a resultar que un 13% de los canales de la muestra de análisis se identifique con páginas webs que se definen como medios informativos. Estas webs son *Alerta Digital* (en tres casos), *La*

Gaceta de la Iberosfera, *La Gaceta*, *Intereconomía*, *OK Diario*, *Canal5TV*, *Caso Aislado*, *ProIsrael*, *Memri TV* y *El Español* (aquí en una información publicada en 2014, no editada y aún accesible). Si el periodismo riguroso conforma una de las principales herramientas contra la desinformación, las webs mencionadas que se suponen de carácter informativo no solo no parecen combatir la distribución de noticias fabricadas o manipuladas, sino que pueden llegar a desprestigiar al conjunto de la actividad periodística.

Caso aparte merece el contenido número 36 (tabla 1): “La policía y los ejércitos polaco y ucraniano están impidiendo el cruce de la frontera a personas negras”. Esta información se hizo eco en numerosos medios europeos y llegó a provocar actuaciones por parte de instituciones como el Gobierno de Nigeria o la Unión Africana. Ante estos mensajes, Maldita Migración remite a fuentes oficiales polacas que niegan la información y la califican de *fake news*.

Gráfico 2. Canales de distribución de desinformación en España.

Fuente: Elaboración propia.

La atención a los materiales y formatos de los que se valen los contenidos de desinformación destaca el

uso del texto (en un 90% de los casos). El texto como único formato se aplica en un 18% de los casos ana-

lizados, si bien el 72% combina el texto con contenidos visuales (imagen o vídeo) o sonoro (audio). La imagen fija (fotografía, principalmente) está presente en un 34% de la muestra, en casi todos los casos como apoyo del texto o como herramienta de supuesta verificación o de testimonio del contenido textual. Sólo se encuentra un caso en el que la imagen sin un apoyo textual es el vehículo de desinformación. Se localizan además dos *fake news* basadas exclusivamente en contenidos de audio, distribuidos a través de redes sociales y de Whatsapp.

El vídeo es el formato utilizado en un 44% de los casos, con el apoyo de texto en la mayor parte (sólo en dos casos se distribuye un contenido de vídeo sin texto). Salvo una excepción (contenido número 6, tabla 1), estos vídeos no tienen ningún tipo de edición aparente y adoptan una estética que podría calificarse de “realismo sucio”, es decir, una grabación espontánea realizada por usuarios con dispositivos móviles (*smartphones*) o por cámaras de seguridad. La “suciedad” del contenido audiovisual y su naturaleza *amateur* pueden incrementar el nivel de veracidad del contenido. Dichos contenidos son, en estos casos, fabricados, pero también frecuentemente manipulados, al descontextualizarse el contenido y serle dotado de un nuevo sentido que perjudica a las comunidades migrantes.

En cuanto a los tipos de desinformación, según la escala propuesta por Wardle (2017), se identifica que el 52% de los contenidos son fabricados y que el 46% son manipulados, con lo que el 98% de la muestra se encuentra en los niveles de mayor falsificación. Quedan sólo tres casos en los que el contenido es engañoso, paródico o descontextualizado, conformando así una minoría.

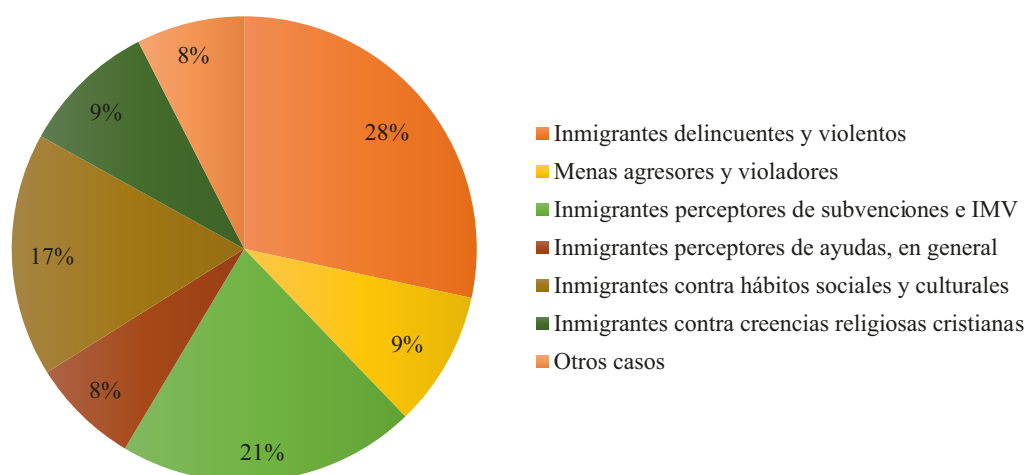
El contenido es impostor en el 16% de los contenidos analizados, dato que se recoge en la siguiente cate-

goría analizada (recurso a la fuente impostora). Las fuentes que se suplantaron son, principalmente, medios de información en sus ediciones digitales: diarios como *Bild*, *El Mundo*, *El País*, *El Español* o *20 Minutos*. A estos se unen dos perfiles falsos en Twitter, atribuidos a Adelante Andalucía y a la periodista Elisa Beni.

La atención a los ejes del discurso xenófobo permite su clasificación en tres grandes áreas relacionadas con la seguridad, los supuestos privilegios económicos de los migrantes y el presunto ataque a tradiciones sociales, culturales o religiosas asociadas a la ciudadanía española. Así, ordenados por frecuencia, el 37,7% de las *fakes news* refutadas relacionadas con los migrantes los considera delincuentes o violentos (se suma aquí el eje “menas agresores y violadores”, que por sí mismo conformaría un 9,4% de la muestra). Pese a que la base de este discurso ha sido sistemáticamente desmentida (Barrutia, 2020), la permanencia del miedo hacia el extranjero y el racismo que subyace en dicho miedo mantienen la creación y la distribución de los bulos sobre migración.

El siguiente eje del discurso xenófobo más habitual es el que alude a los migrantes como perceptores de subvenciones, del impuesto mínimo vital o de otras ayudas públicas, con un 28,3% del total de la muestra. Este eje puede explicarse desde “la percepción difusa de que los inmigrantes gozan de acceso preferencial en el acceso a recursos públicos”, lo que “genera malestar, a veces bordeando la indignación” (Rinken, 2019, p. 79). Una vez más se trata de un discurso falso y contrastado (Barrutia, 2020) caracterizado por “una estrategia general de autorepresentación positiva y presentación negativa del otro a todos los niveles de texto habla” (Van Dijk, 2003, p. 23). La “polarización entre *nosotros* y *ellos*” se encontraría así en la base del discurso racista del discurso xenófobo, apunta Van Dijk.

Gráfico 3. Ejes del discurso xenófobo en los contenidos de desinformación en España.



Fuente: Elaboración propia.

El tercero de los ejes remitiría a la agresión a los hábitos sociales, culturales o religiosos en España, a la “imposición” de tradiciones “extranjeras” o a la escasa adaptación de los migrantes a comportamientos cívicos que pretenden entenderse propios de Eu-

ropa, en un 26,4% de la muestra. Se trata de nuevo de un eje basado en estereotipos sin una base real contrastable que debería quedar fuera del imaginario colectivo (Barrutia, 2020).

Puede añadirse un 7,5% (cuatro casos) al margen de los ejes categorizados y que se relaciona directa o indirectamente con los refugiados ucranianos: la cuestión ya comentada de la supuesta discriminación a las personas negras en las fronteras entre Ucrania y Polonia, dos falsos llamamientos de familias de acogida para menores ucranianos y un montaje realizado sobre un cartel de la Generalitat de Cataluña en el que se daba la bienvenida a los refugiados y se despreciaba a “andaluces y extremeños”.

Podría pues afirmarse que los discursos de odio contra la población migrante tendrían como objetivo activar mecanismos de protección y defensa frente a tres factores en los que el miedo a perderlos se haría presente: seguridad, bienestar social y económico e identidad nacional. Puede concluirse que la desinformación asociada a las personas migrantes desarrolla un discurso xenófobo relacionado con las necesidades básicas y de supervivencia de la ciudadanía y que puede ser capaz de provocar reacciones de alerta e inquietud en quienes están dispuestos a creerlo.

5. Conclusiones

Antes de proceder al comentario de las conclusiones obtenidas por esta investigación, debe apuntarse en primer lugar que, como ocurre con otros documentos de naturaleza digital distribuidos a través de plataformas de generación de contenidos por usuarios, se ha hecho extremadamente complejo el acceso a los contenidos fraudulentos distribuidos con una intención de falsedad informativa. La razón hay que encontrarla en las políticas contra la difusión de desinformación aplicadas por las plataformas que las distribuyeron, que intentan actuar así con responsabilidad social y con conciencia de su poder de influencia en la opinión pública, pero dificultan el acceso a los contenidos por parte de la investigación académica. Este trabajo ha debido así confiar en multitud de ocasiones en la veracidad y credibilidad de la plataforma de *fact-checking* que ha contrastado los contenidos engañosos y falsos.

Se sigue en el comentario de las conclusiones el orden presentado en la definición de los objetivos generales de esta investigación. Así, en relación con el primer objetivo general, las conclusiones de este estudio confirman la permanencia de una serie de tópicos y lugares comunes en las ideas que subyacen en las *fake news* relacionadas con personas migrantes, todas ellas influidas por un discurso de odio al extranjero, de racismo o de xenofobia. La ausencia de verificación de los contenidos analizados o la propia intención de dañar el imaginario colectivo de los migrantes (con una voluntad, por lo tanto, racista o xenófoba) redundan en un ideario (propagandístico, podría añadirse) que parece priorizar y privilegiar el estatus de los migrantes por encima de la ciudadanía originaria de España (por ejemplo, en cuanto a las falsas informaciones relacionadas con ayudas públicas o subvenciones), que reincide en estereotipos violentos y agresivos asociados a los migrantes o que

pretende situar a la sociedad española en una supuesta posición de fragilidad frente a las equivocadas nociones de imposición de prácticas culturales, sociales o religiosas diferentes a las más consolidadas o tradicionales en España.

En cuanto al segundo objetivo general de esta investigación, la categorización de los tipos de desinformación aplicados en los casos estudiados no deja lugar a dudas: la mayoría de los contenidos son fabricados o manipulados, hecho que invita a interpretar una abierta voluntad de engaño, al menos por parte de los creadores de los bulos. El nivel de falsificación, por lo tanto, es máximo, hecho que por otra parte podría permitir una inmediata sospecha de la mentira y la reducción de la credibilidad por parte de la ciudadanía. Contenidos de desinformación más ambiguos, engañosos o descontextualizados podrían como poco confundir a los usuarios, pero los contenidos fabricados o manipulados pueden resultar más evidentes y activar un mayor sentido crítico en los receptores.

El logro del tercer objetivo general de esta investigación, la búsqueda de la posible relación del contenido de las desinformaciones desmentidas con la actualidad política nacional e internacional, se revela menos viable desde el momento en que se ha partido de un concepto demasiado intuitivo de actualidad, que requeriría de una verificación más estricta de aquellas cuestiones que podrían considerarse de interés informativo simultáneo a la difusión de los contenidos analizados.

En todo caso, sí puede descubrirse una relación con lo que podrían entenderse como hechos de actualidad de los que informaron los medios durante los días en que se distribuyen estas *fake news* en al menos el 40% de los contenidos analizados. Estos asuntos estuvieron relacionados con acontecimientos socioculturales o religiosos (procesiones de Semana Santa), eventos deportivos (final de la Champions League en París), agresiones y actuaciones violentas o criminales (atropello en Málaga, agresión en Jerez) o la guerra en Ucrania.

El conflicto bélico iniciado con la agresión de Rusia contra la soberanía territorial ucraniana y la ola solidaria que conllevó explica que el 14% de los bulos tuviera como protagonistas a los refugiados ucranianos, conformando así un perfil de migrante ignorado en las informaciones previas (al menos en la muestra de análisis tomada).

La convocatoria de elecciones autonómicas en Andalucía podría explicar la notoriedad que alcanza Teresa Rodríguez en dos *fakes news*, así como otros tres contenidos fabricados o manipulados que se ubican en Jerez, Almería o Málaga, aunque son pocos casos para reconocer una focalización de la desinformación en espacios andaluces.

Destacan los contenidos de desinformación de actualidad permanente que, como se ha apuntado, se mantienen y permiten su reutilización periódica, en cuestiones relacionadas con los supuestos privilegios en cuanto a ayudas públicas y con supuestas actuaciones violentas por parte de los migrantes.

Puede, por lo tanto, confirmarse la hipótesis de partida: pese a la adaptación de las *fake news* sobre migración a la actualidad informativa, estas pueden categorizarse dentro de ejes frecuentes del discurso xenófobo y no introducen novedades significativas. A pesar de la limitación temporal de la muestra, no se detectan prácticas con variaciones relevantes del discurso xenófobo y de odio en Internet.

Esta investigación ha encontrado limitaciones procedentes de las fuentes de acceso a los contenidos analizados y a la información: así, como se ha indicado al inicio de este apartado, por una parte, en muchas ocasiones no se ha tenido acceso directo al bulo, al haber sido eliminado por las propias redes sociales, lo que nos ha impedido precisar, por ejemplo, a qué nacionalidad se han referido algunas de las desinformaciones. Por otra parte, desde el momento en que la muestra se ha tomado de la plataforma de *fact-checking* Maldita Migración, los casos de bulos desmentidos han pasado el filtro de la plataforma. Se ignoran los criterios por los cuales la plataforma decide investigar algunos temas y esclarecer dudas o no, por lo que, en definitiva, y como ocurre con otros medios de información, se aplica un criterio editorial que justifica los estudios de caso abordados. En consecuencia, la muestra tomada para aplicar sobre ella un análisis de contenido quedó condicionada por el criterio de la plataforma de *fact-checking* en la selección de las desinformaciones contrastadas.

Un análisis crítico del discurso que aplicara los criterios de Van Dijk (1993) habría permitido, sin

duda, un análisis más profundo a partir de un amplio número de categorías, aunque habría sido un modelo metodológico más apropiado para un estudio de caso específico o para una muestra mucho menor. No cabe duda de que los resultados habrían sido igualmente interesantes. En consonancia con esto, se propone para el futuro el análisis de algún contenido de desinformación preciso que se preste a la aplicación de la metodología propuesta por Van Dijk (1993).

Aunque el objetivo de esta investigación no ha sido proponer acciones concretas que combatan la desinformación como práctica desleal, cruel y antidemocrática, consideramos que la identificación de bulos, tópicos y *fake news* recurrentes sobre personas migrantes puede permitir a los usuarios desconfiar de aquellos contenidos y mantenerse alerta y vigilante. Una ciudadanía informada puede así frenar una cadena de desinformación y evitar la expansión de prácticas comunicativas antidemocráticas y perniciosas para la sociedad. La frecuencia con que se recurre a estereotipos y lugares comunes (los ejes del discurso xenófobo) puede permitir acciones orientadas a refutarlos desde la misma raíz.

Este trabajo es susceptible de nuevas ampliaciones en el futuro, a fin de contrastar la permanencia de viejas desinformaciones respecto a migración. Se propone igualmente investigar la actuación de otras plataformas de verificación y evaluar las políticas que subyacen en las líneas editoriales de Maldita Migración o de otras plataformas.

6. Referencias bibliográficas

- Alonso González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29-52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Alonso González, M., & García Orta, M.J. (2015). Noticias falsas en Internet: difusión viral a través de las redes sociales. En A.I. Reis, F. Zamith, H. Bastos y P. Jerónimo (coords). *Livro de Atas do IV COBCIBER* (pp. 394-405). Observatorio de Ciberjornalismo. <https://tinyurl.com/mt5ah9cc>
- Barrutia Navarrete, M.J. (2020). Fake news y extranjería: la desinformación como respuesta al estigma social. *Revista Inclusiones*, 7, 286-305. <https://bit.ly/3WmXvci>
- Bernal-Triviño, A., & Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de *Maldita.es*. *El profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Boletín Oficial del Estado (1978). Constitución Española. <https://bit.ly/2HaLiFt>
- Borella, C., & Rossinelli, D. (2017). Fake News, Immigration, and Opinion Polarization. *SocioEconomic Challenges*, 4(1), 59-72. <https://bit.ly/3VRiPXx>
- Brennen, B. (2017). Making sense of lies, deceptive propaganda, and fake news. *Journal of Media Ethics*, 32(3), 179-181. <https://doi.org/10.1080/23736992.2017.1331023>
- Bustos Martínez, L., De Santiago Ortega, P.P., Martínez Miró, M. Á., & Rengifo Hidalgo, M.S. (2019). Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Mediaciones Sociales*, 18, 25-42. <https://doi.org/10.5209/meso.64527>
- Camargo Fernández, L. (2021). El nuevo orden discursivo de la extrema derecha española: de la deshumanización a los bulos en un corpus de tuits de Vox sobre la inmigración. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 63-82. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5866>
- Carr, P.R., Cuervo Sanchez, S.L., & Daros, M.A. (2020). Citizen Engagement in the Contemporary Era of Fake News: Hegemonic Distraction or Control of the Social Media Context?. *Postdigit Sci Educ*, 2, 39-60. <https://doi.org/10.1007/s42438-019-00052-z>
- Cheddadi, Z. (2020). Discurso político de Vox sobre los menores extranjeros no acompañados. *Inguruak. Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política*, 69, 57-77. <http://dx.doi.org/10.18543/inguruak-69-2020-art04>
- Chenzi, V. (2021) Fake news, social media and xenophobia in South Africa. *African Identities*, 19(4), 502-521. <http://dx.doi.org/10.1080/14725843.2020.1804321>

- Europa Press (2019, 15 de enero). Nace Maldita Migración, una plataforma para desmentir bulos sobre migraciones y refugio. *EPSocial*. <https://bit.ly/3sOSFXQ>
- European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Publications Office. <https://doi.org/10.2759/739290>
- Hernández Conde, M., & Fernández García, M. (2019). Partidos emergentes de la ultraderecha: ¿fake news, fake outsiders? Vox y la web Caso Aislado en las elecciones andaluzas de 2018. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16(1), 33-53. <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.63113>
- Humprecht, E. (2019). Where 'fake news' flourishes: a comparison across four Western democracies. *Information, Communication & Society*, 13(22), 1973-1988. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1474241>
- Journell, W. (2017). Fake news, alternative facts, and Trump: Teaching social studies in a posttruth era. *Social Studies Journal*, 37(1), 8-21. <https://tinyurl.com/4bzfek3n>
- Maldita.es (2019). Por qué este proyecto. *Malditamigración.es*. <https://bit.ly/3UasWp7>
- Molina Cañabate, J.P., & Magallón Rosa, R. (2019). Procedimientos para verificar y desmontar informaciones falsas basadas en el discurso del odio. El caso de Maldita Migración. *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6(12), 95-112. <https://doi.org/10.24137/raeic.6.12.5>
- Notario Rocha, M.L., & Cárdenas Rica, M.L. (2020). Xenophobia and Fake News. Analysis of the confused news flow. Maldita Migración Project. *IROCAMM: International Review of Communication and Marketing Mix*, 3 (1), 75-91. <https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2020.v01.i03.06>
- Parra Valero, P., & Oliveria, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS*)*, Special Issue, 54-78. <https://doi.org/10.1080/10646175.2020.1810180>
- Rinken, S. (2019). Actitudes ante la inmigración y comportamiento electoral en España. *Anuario CIDOB de la Inmigración 2019*, 68-81. <https://doi.org/10.24241/AnuarioCIDOBInmi.2019.68>
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1717-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Tandoc Jr., E. C., Zheng, W. L., & Ling, R. (2018). Defining fake news. A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Urbán, M. (2019). *La emergencia de Vox. Apuntes para combatir a la extrema derecha española*. Sylone/Viento Sur.
- Vorobyeva T., Mouratidis K., Diamantopoulos F.N., Giannopoulos P., Tavlaridou K., Timamopoulos C., Peristeras V., Magnisalis I., & Shah S.I.H. (2020). A Fake News Classification Framework: Application On Immigration Cases. *Communication Today*, (11), 118-131. <https://tinyurl.com/y6zasn49>
- Van Dijk, T.A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Van Dijk, T.A. (2003). *Racismo y discurso de las élites*. Gedisa.
- Wardle, C. (2017, 14 de marzo). Noticias falsas. Es complicado. *First Draft*. <https://bit.ly/3zy3y4a>
- Wright, C., Brinklow-Vaughn, R., Johannes, K., & Rodríguez, F. (2021). Media Portrayals of Immigration and Refugees in Hard and Fake News and Their Impact on Consumer Attitudes. *Howard Journal of Communications*, 32(4), 331-351. <https://doi.org/10.1080/10646175.2020.1810180>

Ángel Narváez Llinares es graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga. Además, ha realizado el Máster en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa en la misma institución, y posee el título de Grado Superior de Imagen. Cuenta con numerosas publicaciones como capítulos de libros que versan sobre la producción transmedia. Actualmente opta a un programa de Doctorado con un proyecto de tesis que trata sobre cómo está afectando la desinformación a las rutinas periodísticas y cuál es la percepción de los profesionales. Recientemente ha disfrutado de una Beca de Colaboración con el departamento de Comunicación Audiovisual en la UMA, lo que le ha permitido ampliar su experiencia investigadora. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0123-6758>

José Patricio Pérez Rufi es profesor titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga, España. Es Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, licenciado en Comunicación Audiovisual y licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Imparte las asignaturas de Estructura del Mercado Audiovisual y Diseño Gráfico. Cuenta con un sexenio de investigación reconocido activo. Ha publicado diversas monografías en editoriales de prestigio, además de un amplio número de artículos en revistas académicas de comunicación sobre cine, videoclip, televisión y comunicación digital. Es miembro del Equipo de Investigación COMMUNICAV (Procesos de creación, producción y postproducción audiovisual y multimedia), ligado a la Universidad de Granada. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7084-3279>