



DESINFORMACIÓN Y LEGISLACIÓN: RIESGOS Y OPORTUNIDADES



**FUNDACIÓN
MALDITA.ES**
PERIODISMO PARA QUE NO TE LA CUELEN

ACERCA DE MALDITA.ES

Maldita.es es un medio de comunicación sin ánimo de lucro constituido como la **Fundación Maldita.es** contra la desinformación: periodismo, educación, investigación y datos en nuevos formatos. Nuestro objetivo es dotar a los ciudadanos de “herramientas para que no te la cuelen” y para ello desarrollamos formatos innovadores especialmente enfocados a las redes sociales y a la creación de una comunidad comprometida con el proyecto que colabora con nosotros.

A través de **Maldita Hemeroteca**, **Maldito Bulo**, **Maldita Ciencia** y **Maldito Dato** combatimos la desinformación en el discurso público mediante técnicas de verificación de hechos (fact-checking) y periodismo de datos. En **Maldita Tecnología** trabajamos por un mejor conocimiento de la tecnología y en **Maldita Educa** hacemos alfabetización mediática para que la sociedad sea cada vez más capaz de identificar la desinformación antes de compartirla.



Nuestro objetivo es crear una comunidad cada vez más resistente y formada contra la desinformación

Desde 2017 formamos parte de la International Fact-Checking Network como firmantes de su Código de Principios y somos el único medio español que formó parte del Grupo de Alto Nivel sobre ‘fake news’ y desinformación de la Comisión Europea.

Contacto:

Carlos Hernández-Echevarría
Coordinador de Políticas Públicas y
Desarrollo Institucional
chernandez@maldita.es

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
UN MOMENTO CLAVE EN LA LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN	5
LAS DIFICULTADES DE LEGISLAR CONTRA LA DESINFORMACIÓN	7
LA RESPONSABILIDAD DE LAS GRANDES PLATAFORMAS ANTE LA DESINFORMACIÓN	9
LA RESPONSABILIDAD DE LAS PERSONAS, LAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES ANTE LA DESINFORMACIÓN	12
EPÍLOGO: PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE LA DESINFORMACIÓN Y LA LEY	14

INTRO- DUCCIÓN

La ley puede ayudar a combatir la desinformación, pero es imposible que solucione todo el problema. Tampoco lo lograría un gran organismo público para regular y fiscalizar a las redes sociales y las plataformas digitales. Los ejes de la acción pública deben ser la educación, la tecnología, la comunidad y el periodismo.

Lo que la ley sí puede hacer es incentivar a las grandes plataformas a elaborar mecanismos de moderación de contenido más efectivos y creíbles. Invitarlas a no tomar esas decisiones en solitario, de forma opaca y caso por caso, sino en colaboración con los que junto a ellas mejor conocen cómo funciona la desinformación: académicos, medios de comunicación y verificadores independientes.

Cualquier reforma legal debe hacerse con el máximo consenso posible, tanto político como social, para que no pueda verse como un intento de censurar el discurso crítico.



No puede tan solo ser la reforma de un partido o de un gobierno. La desinformación es un problema de Estado y requiere soluciones de Estado

Esas soluciones deben tener en cuenta un aspecto vital: la principal responsabilidad de los poderes públicos frente a la desinformación, más allá de cómo se persiga y se castigue, es la educación: para crear una sociedad más resiliente ante la mentira, hay que dar la ciudadanía las herramientas necesarias para distinguir la desinformación, para sospechar, para comprobar algo antes de compartirlo.

UN MOMENTO CLAVE EN LA LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN

La desinformación no es un problema nuevo, pero combatirla nunca ha sido tan urgente. Las mismas tecnologías que han servido para hacer más rápida, barata y accesible la difusión de información han facilitado en igual medida la de la desinformación. Esto se ha hecho aún más evidente durante la pandemia: [un estudio del Reuters Institute¹](#) ha hallado que, sólo en los primeros tres meses de la COVID-19, aumentaron un 900% los desmentidos de verificadores en inglés. **Maldita.es** es un verificador independiente sin ánimo de lucro y también lo notó: durante lo más duro de la pandemia, recibimos cinco y seis veces más dudas que en los meses anteriores.



Hasta ahora hemos desmentido casi 1.000 contenidos relacionados con el coronavirus

Según la definición adoptada en el informe final [Grupo de Expertos de Alto Nivel en Desinformación de la Comisión Europea²](#), del que formó parte **Maldita.es**, la desinformación es “la información falsa, incorrecta o engañosa diseñada, presentada y promovida intencionalmente para causar perjuicios públicos o con ánimo de lucro”³. Esto incluye la promoción de tratamientos médicos cuya eficacia no está demostrada o la difusión de falsedades sobre medidas que previenen los contagios de una enfermedad, pero otras veces la desinformación afecta a la convivencia. Nos encontramos diariamente bulos que circulan entre miles de personas y que están específicamente diseñados para contribuir a la polarización de la sociedad, para convencer a ciertas personas de que viven en una realidad distinta o para atizar el odio contra grupos concretos.

En ese mismo informe⁴ los expertos declararon que la mayoría de las soluciones a la desinformación no vendrían de la mano de la regulación, pero esta reciente explosión de desinformación dañina ha llevado a muchos representantes públicos a plantearse si la ley puede hacer algo al respecto. En las instituciones europeas ya se está tramitando una nueva Ley de Servicios Digitales que tiene entre sus objetivos la lucha contra este fenómeno y de la que [ya hay un borrador](#)⁵. También en España se han suscitado recientemente debates públicos sobre cómo enfocar esta crisis y cuál debe ser el papel de las instituciones, aunque es evidente que la magnitud del problema sobrepasa nuestras fronteras y la legislación sería más efectiva si se hace a nivel europeo.

¹Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. *Reuters Institute*, 7, 3-1.

²de Cock Buning, M. et. al. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.

³Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe report*, 27, 1-107.

⁴ver 2.

⁵Comisión Europea (2020) Proposal for a Regulation on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act)

LAS DIFICULTADES DE LEGISLAR CONTRA LA DESINFORMACIÓN

Legislar contra la desinformación tiene sus riesgos. El más importante de ellos es que las medidas no sean eficaces o incluso resulten contraproducentes si no cuentan con un apoyo amplio en la ciudadanía. Al afectar tangencialmente a un derecho fundamental como la libertad de expresión, la regulación sólo puede ser creíble y efectiva si no es percibida como “la reforma del gobierno” o “la reforma de tal partido”. La desinformación es un problema de Estado y por tanto necesita soluciones de Estado.

Eso pasa en primer lugar por un proceso de redacción transparente e incluso que busque un consenso político y social. Tiene que contar con la participación del mayor número posible de agentes políticos, pero también con representantes de la sociedad civil y en particular de los actores más implicados: universidades y centros de investigación, medios de comunicación y periodistas, expertos en libertad de

expresión y verificadores independientes. Esa colaboración no sólo ayudará a lograr un texto mejor, sino que hará más difícil que la ley se vea como un intento de expulsar de las redes o de otros espacios públicos la crítica contra un gobierno o un partido concreto, lo que la condenaría ya de inicio al fracaso.

Más allá de cómo se perciba el resultado final, regular la desinformación en un espacio tan característico como las redes tiene sus dificultades adicionales. Es un ámbito en permanente cambio, donde las leyes deben ser lo suficientemente flexibles como para no quedar obsoletas en un plazo muy corto y para funcionar sobre actores muy diferentes. En [el borrador](#)⁶ de la nueva Ley de Servicios Digitales, por ejemplo, la Comisión Europea establece exigencias diferenciadas para las diferentes plataformas en función de su negocio y de su tamaño.

Además, la regulación se encuentra con que debe atender a varios retos diferentes, pero imprescindibles en la lucha contra la desinformación:

1. Qué tratamiento deben dar las plataformas al contenido que ya es por definición ilegal como la pornografía infantil, las estafas o el discurso de odio.
2. Qué tratamiento deben dar las plataformas al contenido que no es necesariamente ilegal, pero es desinformación dañina para la sociedad. Quién decide que lo es y en base a qué.
3. Qué mecanismos pueden adoptar las plataformas para evitar manipulaciones de sus servicios que puedan tener un impacto, en palabras de la Comisión Europea, “en la salud, el discurso cívico, los procesos electorales, la seguridad o la protección a menores”.
4. Qué hacer con las personas o las empresas que crean o difunden desinformación
5. Qué medidas adoptar desde las propias administraciones públicas para favorecer una sociedad más protegida y formada contra la



Regular la desinformación en un espacio tan característico como las redes tiene sus dificultades

Ver 5.

LA RESPONSABILIDAD DE LAS GRANDES PLATAFORMAS ANTE LA DESINFORMACIÓN

Gran parte del debate público sobre la lucha contra la desinformación se ha centrado hasta ahora en qué obligaciones tienen en ella las plataformas más populares. ¿Deben decidir ellas mismas que un contenido es ilegal o esperar a que se pronuncie la justicia? ¿Basta para ello con una denuncia? ¿Qué plazos deberían manejar para retirar un contenido ilegal? ¿Y qué deben hacer con contenidos falsos y dañinos, pero que no son claramente ilegales? ¿Quién decide que un contenido entra en esa categoría? Y, una vez decidido, ¿debe la plataforma borrarlo o solo incluir una advertencia sobre dónde está el problema?

Sobre la gestión de contenido ilegal, es importante que las plataformas actúen con celeridad sobre algunos contenidos que ponen en peligro inmediato a las personas. Es evidente que un vídeo de pornografía infantil o un llamamiento al asesinato no deben tener sitio en las redes. Sin embargo, hay otros casos que son más difíciles de



¿Y qué deben hacer con contenidos falsos y dañinos, pero que no son claramente ilegales?

distinguir, como el de los delitos de odio que **el Consejo de Europa ha definido**⁷ como el “fomento, promoción o instigación (...) del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza (...) y la justificación de esas manifestaciones por razones de “raza” , color, ascendencia, origen nacional o étnico, edad, discapacidad, lengua, religión o creencias, sexo, género, identidad de género, orientación sexual y otras características o condición personales.”

En octubre de 2020, la comisión de Interior del Congreso de los Diputados aprobó [una proposición no de ley](#)⁸ en la que se instaba al gobierno a garantizar que las plataformas tuvieran herramientas efectivas para que sus usuarios pudieran denunciar los delitos de odio. Además solicitaba que, tras una de esas denuncias, las plataformas tuvieran un plazo para borrar ese contenido de “24 horas o 1 hora cuando las víctimas sean menores”. En **Maldita.es** creemos que es importante que se actúe contra los contenidos ilegales pero que, además de a definir plazos, los esfuerzos regulatorios deben dirigirse a crear procedimientos que permitan identificarlos y actuar sobre ellos de forma efectiva, objetiva y con garantías para la libertad de expresión. Procesos creíbles que sirvan para gestionar el contenido ilegal, pero también las desinformaciones que por consenso se entiendan como dañinas para la sociedad. Actualmente casi todas las grandes redes toman sus decisiones de moderación de contenido en solitario y sin transparencia, y eso hace que estén sujetas a acusaciones de que actúan selectiva y caprichosamente contra la desinformación. Algunos creen que la mejor solución es el establecimiento de un ente público específico para regular a las plataformas, como [el que propuso la Cámara de los Lores](#)⁹ del parlamento británico en 2019 y que [su gobierno quiere ahora replicar](#)¹⁰ dentro del regulador ya existente de medios de comunicación. Otros opinan, como [el](#)

[think tank conservador Cato Institute](#)¹¹ estadounidense, que cualquier intervención pública en las redes está condenada al fracaso.

En **Maldita.es** creemos que la mejor forma de decidir cómo moderar contenidos no pasa por un ente administrativo que imponga esas decisiones a las plataformas, ni tampoco que ellas sigan decidiendo en solitario, sin procedimientos claros basados en datos. Creemos que toda la sociedad tiene derecho a opinar e influir en la regulación de ese espacio. Nuestra propuesta es la creación de una herramienta colaborativa e independiente que incluya a los actores más importantes: las plataformas, los académicos, los medios, los periodistas y también los verificadores. Alguien que pueda establecer reglas y vigilar su cumplimiento mientras que la ley se reserve para asuntos concretos como el microtargeting, la manipulación política y la transparencia en algoritmos.

Este modelo de regulación colaborativa entronca bien con el principio de “co-regulación” que ha establecido la Comisión Europea [como base de la nueva Ley de Servicios Digitales](#)¹² y también va en la línea del camino que ya han empezado a recorrer plataformas como Facebook o Google. Ambas incluyen ya el contenido de verificadores independientes como una de las bases de sus decisiones de moderación.

Otras compañías como Tik Tok han empezado



Creemos que la mejor forma de decidir cómo moderar contenidos no pasa por un ente administrativo que imponga esas decisiones

también a trabajar con verificadores independientes, pero los resultados de esa colaboración no son aún ni públicos ni cuantificables. Twitter por su parte está haciendo esfuerzos por reducir la circulación de desinformación en su red, pero sus procesos de moderación siguen siendo opacos y cerrados. En el caso de otras plataformas como Telegram o YouTube, no están haciendo mucho para frenar la desinformación en castellano.

Lo que una legislación sobre desinformación debería asegurar en primer lugar por parte de

las grandes plataformas es su participación en ese modelo de regulación colaborativa y un compromiso sancionable de transparencia para que funcione correctamente. Esa colaboración se traduce para empezar en información y datos: los expertos en desinformación necesitamos entender mejor cómo fluye la desinformación en las diferentes plataformas, el impacto de sus sistemas algorítmicos automáticos de moderación y la efectividad de la investigación académica y el trabajo de verificación.



Los expertos en desinformación necesitamos entender mejor cómo fluye la desinformación en las diferentes plataformas

⁷ ECRI: Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (2015). Recomendación general nº15 relativa a la lucha contra el discurso de odio y memorándum explicativo. *Consejo de Europa*

⁸ Grupo Parlamentario Confederal de Unidas Podemos-En Comú Podem-Galicia en Común. Proposición no de Ley sobre la prevención de la propagación de discursos de odio en el espacio digital. *Congreso de los Diputados*.

⁹ House of Lords Select Committee on Communications (2019). Regulating in a digital world: 2nd Report of Session 2017-19 - HL Paper 299

¹⁰ Satariano, A. Britain to Create Regulator for Internet Content (2020). The New York Times 12/2/2020

¹¹ Samples, J. (2019). Why the government should not regulate content moderation of social media. *Cato Institute Policy Analysis*, (865).

¹² ver 5.

LA RESPONSABILIDAD DE LAS PERSONAS, LAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES ANTE LA DESINFORMACIÓN

Aunque hay personas que fabrican desinformación para ganar dinero o para avanzar una ideología concreta, lo cierto es que es muy difícil llegar al origen de un contenido falso y más aún determinar qué intención tenía la persona que lo creó o lo compartió. En la mayoría de los casos es imposible separar a quien simplemente se ha equivocado de quien lo ha hecho intencionalmente y a sabiendas del daño que causaba, por eso las respuestas penales a la desinformación deben ser moderadas.

Sin embargo, también hay esfuerzos sistemáticos, intencionados y bien organizados de difundir falsedades ante los que la ley puede actuar. Hay gobiernos que ejecutan campañas de desinformación como herramienta de influencia o agresión y las administraciones públicas tienen el deber de vigilar estas actividades y contrarrestarlas. También existen empresas que se dedican a tiempo completo a producir desinformación y a maximizar su difusión para ganar dinero con ello.

Algunas plataformas ya han tomado medidas contra webs de este tipo y, como mínimo,



Es muy difícil llegar al origen de un contenido falso y más aún determinar qué intención tenía la persona que lo creó o lo compartió

se les debería impedir lucrarse con estas actividades. Por supuesto, estas decisiones tienen mayor credibilidad si se toman mediante un procedimiento estructurado y transparente, con parámetros concretos y posibilidad de apelación. Es la plataforma quien puede valorar si se han manipulado sus servicios, pero la ley puede crear unos estándares comunes e incentivar la colaboración con verificadores independientes.

En cuanto a las instituciones públicas, tienen un papel vital en la lucha contra la desinformación que podrían estar ejerciendo ya con mayor efectividad. Su primera obligación pasa por ser mucho más transparentes ellas mismas: el portal de transparencia, [según sus propias](#)

[estadísticas](#) ¹³, solo responde con la información que le piden en menos de un 60% de los casos. La última vez que [el CIS](#) ¹⁴ preguntó por la Ley de Transparencia en 2015, un 54% de los españoles creían que estaba contribuyendo poco o nada a aumentar la transparencia en las instituciones públicas. El secretismo, particularmente cuando afecta a las fuentes oficiales, crea oportunidades para la desinformación ya que siempre hay alguien dispuesto a llenar ese vacío institucional.

Por otro lado, lo más importante que pueden hacer las administraciones públicas contra la desinformación es favorecer una sociedad más formada y resistente contra ella, una ciudadanía que se lo piense dos veces antes de creerse y compartir algo que ha recibido en su teléfono o que ha leído en las redes sociales. Un intento serio de luchar contra la desinformación desde las instituciones públicas tiene que incluir, antes que ninguna otra cosa, un esfuerzo de alfabetización mediática que eduque a los ciudadanos en el sentido crítico y los prevenga ante posibles manipulaciones.



Un intento serio de luchar contra la desinformación desde las instituciones públicas tiene que incluir, antes que ninguna otra cosa, un esfuerzo de alfabetización mediática

La crisis del modelo de negocio de los medios de comunicación y la precariedad en el periodismo han creado un espacio de oportunidad para los desinformadores. La ciudadanía debe exigir más a sus periodistas, a sus representantes y a las grandes plataformas tecnológicas que son hoy una extensión del espacio público. También debe ser mucho menos crédula de lo que ha sido en el pasado. Y por supuesto, los verificadores independientes como **Maldita.es** tenemos que encontrar maneras de ser más relevantes, de llegar a más gente y de hacer que nuestro trabajo sea aún más útil a la sociedad.

¹³ Portal de Transparencia de la Administración General del Estado (2020).

Datos del Derecho de acceso a la información pública.

¹⁴ Centro de Investigaciones Sociológicas (2015). Estudio nº 3102: Calidad de los Servicios Públicos (X)

EPÍLOGO: PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE LA DESINFORMACIÓN Y LA LEY

¿Puede la ley acabar con la desinformación en las redes?

No, pero puede ayudar

No sabemos lo suficiente como para crear una ley que haga desaparecer la desinformación en las redes sin establecer una censura previa incompatible con la libertad de expresión. Además, Internet es un espacio enorme y cambiante donde las leyes pueden quedar obsoletas rápidamente. Sin embargo, lo que sí puede hacer la ley es **crear procesos comunes y creíbles para la moderación de contenido, incentivar a los principales actores a trabajar juntos y además impulsar iniciativas de alfabetización mediática** y otras herramientas que hagan que la sociedad sea mucho más resistente a la desinformación. Y dejar la legislación pura y dura para asuntos más concretos como el microtargeting para la manipulación política o la transparencia algorítmica.

¿No pueden las plataformas hacerlo solas?

Es difícil

Desde 2018 existe un código europeo de buenas prácticas contra la desinformación que redactaron y firmaron voluntariamente algunas de las plataformas más populares. Aunque fue un buen primer paso, la propia Comisión Europea considera que se ha quedado corto en sus resultados y que el futuro pasa porque las plataformas tengan más obligaciones y exista “una mejor integración del fact-checking y la investigación académica”. En **Maldita.es** creemos en una solución a medio camino entre la autorregulación y la creación de entes regulatorios oficiales: **una herramienta independiente con las plataformas, las universidades y los centros de investigación, los medios, los verificadores independientes y la sociedad civil.**

¿Hay riesgo de empeorar las cosas si se legisla mal?

Un riesgo enorme

Al afectar tangencialmente al derecho fundamental a la libertad de expresión, cualquier iniciativa para combatir la desinformación debe abordarse, para empezar, con **el mayor consenso político y social**. La desinformación es un problema de Estado con graves consecuencias para la sociedad y por tanto necesita soluciones de Estado. **Cualquier reforma que venga sólo de un gobierno o sólo de un partido será percibida como un intento de expulsar de las redes la crítica a ese gobierno o a ese partido**. Para ser efectiva, una ley sobre desinformación necesita ser creíble y eso pasa en primer lugar por un proceso legislativo transparente e inclusivo que logre un consenso amplio.

¿Qué pueden hacer mejor las plataformas?

Primero, la transparencia

Lo primero que necesitamos de ellas es transparencia, información, datos. Tienen que entender que sus medidas contra la desinformación no deben seguir siendo fruto de procesos internos secretos, sin intervención de los académicos, los fact-checkers o la sociedad civil. Y para ayudarles mejor, **necesitamos**

información sobre el volumen y el impacto de la desinformación, sobre las decisiones de moderación tomadas automáticamente por algoritmos y también sobre la efectividad de nuestras propias acciones contra la desinformación. Compañías como Facebook y Google están avanzando en ese camino. Otras como Tik Tok han empezado también a trabajar con verificadores independientes, pero los resultados de esa colaboración no son aún ni públicos ni cuantificables. Twitter hace esfuerzos por reducir la circulación de desinformación en su red, pero sus procesos de moderación siguen siendo opacos y cerrados. Telegram o YouTube no están haciendo mucho para frenar la desinformación en castellano.

¿Por qué hay que contar con los verificadores independientes?

Porque funcionan

Ideas como que en Internet “la gente se cree lo que se quiere creer” están muy extendidas, pero no son ciertas. Los estudios científicos nos dicen que nuestro trabajo funciona, que la producción de desmentidos frena la difusión de la desinformación y además ayuda a la gente que se ha creído un bulo a sustituirlo con información de calidad. Por eso las plataformas tienen que contar con nosotros.

¿No es mejor que sólo publiquen contenido “confiable”?

No, es muy mala idea

Si les decimos a las plataformas que solo permitan compartir contenido de medios “confiables”, las ponemos en situación de decidir quién es confiable y quién no lo es. Además afectaría muy negativamente a la competitividad, dificultando que surgieran nuevas voces si los medios tradicionales tienen ese tipo de ventaja. Tampoco los fact-checker debemos hacerlo: en **Maldita.es** creemos en verificar datos, no medios, y dejar que el público tome sus propias decisiones.

¿Por qué no pueden simplemente borrar la desinformación?

Eso trae problemas

Es cierto que las plataformas podrían simplemente borrar la desinformación en el momento en que un verificador independiente la señala, pero nosotros no lo recomendamos salvo cuando supone un riesgo inmediato para las personas. Pensamos que muchas veces es más útil añadir a ese contenido una advertencia y un enlace que le lleve a la verificación, de modo que los usuarios puedan entender por qué el contenido es problemático y explicarnos sus motivos si creen que

estamos equivocados. Alertar a los ciudadanos de una información falsa no afecta a la libertad de expresión, mientras que a veces el borrado puede ser percibido como censura. Nuestra misión como fact-checkers es ofrecer información de calidad que permita a los ciudadanos tomar decisiones informadas.

¿Hay que castigar penalmente a quien difunde desinformación?

No, en la gran mayoría de los casos

Las respuestas de la administración a la desinformación tienen que ser moderadas y siempre hay que recordar que, mayoritariamente, quien difunde un bulo es otra víctima del engaño y no su responsable. Incluso si encontráramos al autor original de una desinformación, lo que es difícil, a veces simplemente es una persona que se ha equivocado en Internet y no podemos tratarla como a aquellos que lo hacen adrede, planificadamente o sabiendo que ponen en peligro a otros.

¿Son las plataformas todo el problema?

Para nada

En la lucha contra la desinformación, hay muchas áreas donde mejorar más allá de lo que hagan unas pocas grandes compañías. Hay actores políticos que fomentan la desinformación y muchas instituciones cuya falta de transparencia fomenta su aparición. También necesitamos educación para fortalecer la alfabetización mediática y hacer que la ciudadanía la identifique mejor. Además hay que abordar la cuestión de cómo la desaparición del modelo de negocio tradicional de los medios afecta a la desinformación, cuando por ejemplo encontramos publicidad de timos con la apariencia de noticias legítimas en medios de comunicación tradicionales que suscitan la confianza del público. Y por supuesto los verificadores independientes tenemos que encontrar maneras de ser más relevantes e incrementar el impacto de nuestro trabajo.



FUNDACIÓN
MALDITA.ES
PERIODISMO PARA QUE NO TE LA CUELEN