

LA AGENDA QUE QUEDA FUERA DE LOS MEDIOS. DESINFORMACIÓN Y FACT-CHECKING SOBRE (IN) MIGRACIÓN

THE AGENDA BELOW THE RADAR. DISINFORMATION AND FACT-CHECKING ON (IM) MIGRATION*

RAÚL MAGALLÓN-ROSA**

Resumen: *El objetivo de este trabajo es analizar cómo los bulos sobre inmigración se utilizan como herramienta de difusión de una problemática, el discurso xenófobo, que en la mayoría de ocasiones queda fuera del alcance de los medios tradicionales. Sin embargo, este tipo de desinformación acaba afectando a la percepción que transmiten los medios sobre esta problemática.*

La propuesta diferente de esta investigación está en la combinación de datos públicos —los barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas— con la base de datos interna de bulos y desmentidos que han desarrollado desde la organización periodística Maldita entre 2017 y 2019. Se estudia la evolución de la agenda sobre (in)migración desde un punto de vista de reciente investigación, no a través de su correspondencia con los medios de comunicación sino de su relación de convergencia con las redes sociales y, en concreto, con las nuevas formas de desinformación.

* Esta investigación se encuadra dentro del proyecto “Cómo la desinformación alimenta el discurso de odio: xenofobia e intolerancia religiosa” de la organización periodística Maldita y la Fundación Convivencia y Pluralismo.

** Es Doctor Europeus en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Trabaja como profesor en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid. Autor de “UnfakingNews. Cómo combatir la desinformación” (Pirámide, 2019) y “Desinformación y Pandemia. La nueva realidad” (Pirámide, 2020). Contacto: raul.magallon@uc3m.es Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2236-7802>

Palabras clave: desinformación; inmigración; fact-checking; bulos; España.

Abstract: *The objective of this work is to analyze how rumors and hoaxes about immigration are used as a tool to disseminate a problem, the xenophobic discourse, which is beyond the reach of traditional media. However, this type of disinformation ends up affecting the perception that the media outlets transmits about this problem.*

The value of this research is in the combination of public data —the Spanish Centre for Sociological Research barometers— with the internal database of hoaxes and debunks that have been developed from the Maldita journalistic organization between 2017 and 2019. The evolution of the agenda on (in)migration is studied from a recent research point of view, not through its correspondence with the media outlets but through its convergence relationship with social networks and, specifically, with the new forms of disinformation.

Key words: disinformation; immigration; fact-checking; hoaxes; Spain.

INTRODUCCIÓN

El papel de la (in)migración como objetivo de los procesos de desinformación política, cultura y social ha sido una problemática creciente en los últimos años. El propósito de este trabajo es analizar y profundizar en la relación existente entre la percepción social sobre la (in)migración que se ha instalado en el imaginario de la sociedad española en la última década y la desinformación que circula sobre ella, teniendo en cuenta que ésta es enmarcada mediática y socialmente dentro del nuevo escenario de redes sociales y plataformas de mensajería (Guess, Nyhan y Reifler, 2018).

La propuesta diferente de esta investigación se encuentra en la combinación de datos públicos —los barómetros del CIS— con la base de datos interna de bulos y desmentidos que han desarrollado desde la organización periodística *Maldita*, además del análisis del impacto en redes sociales de *Maldita Migración*.

La investigación que se presenta se centra principalmente en las relaciones entre migraciones y nuevas formas de comunicación y no como un análisis sobre cuestiones teóricas o de investigación en

torno a los medios de comunicación y su aplicación a un caso de estudio concreto.

Con esta premisa teórica, se pretende estudiar la evolución de la agenda sobre (in)migración desde un punto de vista de reciente investigación, no a través de su correspondencia con los medios sino de su relación de convergencia con las redes sociales y, en concreto, con las nuevas formas de desinformación (Vosoughi y Aral, 2018).

Desde esta perspectiva, se parte de la idea de que la teoría de la *agenda setting* —o de cómo es fijado el orden temático y jerárquico por parte de los medios— necesita ser complementada con estudios cuantitativos y cualitativos sobre la circulación de contenidos en redes sociales y sistemas de mensajería, así como con investigaciones y nuevas metodologías que permitan comprender los efectos que estos contenidos —más o menos virales— generan (Guo, 2012).

La teoría de la *agenda setting* mantenía que el modo en que la gente ve el mundo está influido de una manera directa y mensurable por los medios de comunicación (McCombs y Evatt, 1995). Sin embargo, como sabemos, y a pesar de que la agenda de los medios puede tener una gran influencia no determina por sí sola la agenda personal o intergrupala del público (McCombs, 2002).

En este sentido, la hipótesis principal de este trabajo es que los bulos sobre inmigración han aumentado porque se utilizan como herramienta de difusión de una problemática, el discurso xenófobo, que queda fuera del alcance de los medios tradicionales (Guo, 2013), pero también como forma y formato de movilización y agitación de la polarización política a través de las redes sociales y sistemas de mensajería.

Como consecuencia de este doble proceso, este tipo de desinformación acaba afectando a la percepción que transmiten los medios de comunicación sobre esta problemática. Es decir, la agenda que no aparece en los medios —y que circula por las redes sociales y sistemas de mensajería— acaba influyendo en la percepción que tiene el público del tratamiento que hacen los medios de comunicación sobre la (in)migración.

1.1. Objetivos e hipótesis

El nuevo escenario de desinformación (Wardle y Derakhsan, 2017), así como el uso repetido de estrategias de polarización en

diferentes países (Humprecht, 2018) han hecho que la (in)migración se haya convertido en una problemática de interés para los estudios sobre las nuevas formas de comunicación digital, pero también para el análisis de los procesos electorales y la configuración de las agendas de los partidos políticos.

De este modo, el objetivo principal de este trabajo es investigar qué características tienen este tipo de rumores y bulos que circulan sobre la (in)migración y ver cómo han evolucionado en los últimos años.

Por otra parte, y a partir del acceso a los datos internos de Maldita.es y de su posible combinación y comparación con los datos del CIS, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- Q1.– ¿Qué relación hay entre la percepción social de la inmigración y los datos reales sobre inmigración?
- Q2.– ¿Qué motivaciones o intereses se pueden identificar en los nuevos procesos de desinformación relacionados con la inmigración?
- Q3.– ¿Existe una relación entre la evolución de la problemática sobre la inmigración recogida por el *Centro de Investigación Sociológicas* y el aumento de bulos y desinformaciones que circulan por redes sociales?
- Q4.– ¿Existe alguna fecha concreta en la que aumente la preocupación social por la inmigración? ¿Y en la que disminuya?
- Q5.– ¿Existe alguna fecha concreta en la que aumente la verificación de bulos relacionados con la inmigración?

Como señalábamos en la introducción, la hipótesis principal de este trabajo pretende analizar y comprobar si los bulos sobre inmigración y xenofobia han aumentado en los últimos años y si son diseñados con el objetivo de desarrollar una narrativa que quede fuera del radar de los medios de comunicación —para que no puedan ser verificados por éstos—.

Por otra parte, y aunque no es el objetivo principal de demostración de esta investigación, resulta interesante empezar a analizar y explorar las variables y factores necesarios para estudiar cómo la agenda que circula fuera del radar de los medios sobre (in)migración acaba influyendo en la manera en la que la ciudadanía interpreta los mensajes mediáticos y políticos.

1.2. Metodología

Para la realización de esta investigación se analizaron los barómetros del *Centro de Investigaciones Sociológicas* desde el año 2017 así como los bulos desmentidos por *Maldito Bulo/Maldita Migración* entre 2017 y 2019 y que han sido recogidos en su base de datos interna.

Al respecto, resulta pertinente señalar que *Maldita Migración* es una sección o «rama» de Maldita.es, una organización sin ánimo de lucro cuyos principales objetivos son hacer seguimiento y análisis del discurso político y verificar las informaciones que circulan en redes sociales (Magallón-Rosa, 2018).

Junto a *Maldita Migración* (Notario-Rocha y Cardenas-Rica, 2020; Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2019) forman parte del proyecto *Maldito Bulo, Maldita Ciencia, Maldita Tecnología, Maldito Feminismo o Maldito Dato*. La base de datos de Maldita.es cataloga los desmentidos internamente de la siguiente forma: alerta falsa, cita falsa, contenido manipulado, contenido falso/información falsa, *invent* o sátira.

Una vez analizadas estas dos fuentes de datos, se apostó por analizar el impacto en Twitter de *Maldita Migración* para poder cruzar patrones temporales que relacionen desinformación e (in)migración. Para estudiar el análisis de impacto de *Maldita Migración* en redes utilizamos, T-Hoarder, una herramienta de código abierto que trabaja con una metodología denominada *t-warder_kit* y cumple con los requisitos de objetividad, transparencia y compartición de conocimientos (Congosto, Basanta-Val y Sánchez Fernández, 2017). Para su funcionamiento se requiere trabajar en un entorno Linux y Python. *T-warder_kit* utiliza las APIs de Twitter: *REST, Search y Streaming*.

1. MARCO TEÓRICO. DE LA AGENDA SETTING A LA AGENDA BELOW THE RADAR.

Los estudios sobre la *agenda setting* han evolucionado profundamente desde su formulación en los años 70 en los que McCombs y Shaw (1972) hicieron un análisis de contenido sobre la cobertura periodística de la elección presidencial de 1968 en EE. UU. que se comparó con los temas que los votantes indecisos declararon que eran importantes.

En esta evolución, tal y como señala Natalia Aruguete (2017), “la segunda fase introdujo el análisis de las condiciones contingentes

que mediaban la relación entre medios y públicos. La tercera fase abrió paso a la llamada *attribute agenda setting*, con la cual se modificó el tipo de influencia mediática que era contemplado, que pasó de ser cognitivo a ser actitudinal”.

Autores como Robinson y Sheehan (1983) afirmaron que los medios de comunicación no sólo contribuyen a establecer la agenda y las prioridades del público, sino que también son responsables de la disposición y el tono emocional. McCombs (2002), en relación a la agenda de los medios señala que “no hay implicación peyorativa alguna en el sentido de que una organización de noticias «tenga una agenda» que defienda como meta inexorable. La agenda que presentan los medios al público resulta de innumerables decisiones diarias que hacen muchos periodistas distintos y sus supervisores respecto de las noticias del momento”.

Para Rodríguez-Virgili y Serrano-Puche (2019), “el papel de los medios, que filtran la realidad al seleccionar contenidos o presentarlos de un modo determinado, así como la concurrencia de actores sociales e instituciones son factores que deben considerarse para precisar quién está influyendo en la agenda pública”. Al respecto, los nuevos planteamientos consideran que las redes sociales establecen una nueva agenda, donde confluyen las tres tradicionales (política, mediática y pública) y que a la vez compiten con ellas como fuente de información o de influencia (Artwick, 2012).

Desde esta perspectiva, se ha planteado también la *agenda melding* (Shaw y Weaver, 2014), en la que se analizan los vínculos entre la agenda vertical y la agenda horizontal, entre los medios de comunicación y las redes sociales (entendidas éstas como nichos de audiencia y de consumo informativo).

En esta línea, destaca el desarrollo en los últimos años de la *network agenda setting*, en la que se analizan las relaciones entre dos hechos o temas y cómo éstos se interrelacionan con el paso del tiempo (Vargo et al., 2014).

Esta interrelación, como veremos, puede ser implícita o explícita y tiene consecuencias desde el punto de vista de la percepción pero también del análisis. Autores como Sergio Moldes-Anaya, Francisco Jiménez Aguilar y Francisco Jiménez Bautista (2018, p. 99) señalan que cuando hablamos de causalidad en el análisis de “conflictos relacionados con la inmigración acostumbramos a hacer afirmaciones deterministas y universales que pueden resultar excesivas. Por esta razón, es mucho más acertado hablar de factores de riesgo, que no

necesariamente son los que producen directamente los efectos que analizamos pero sí aumentan la probabilidad de que un efecto determinado se produzca”.

Es decir, la multiplicidad de factores y variables hace necesario ser muy cuidadosos con el lenguaje que se utiliza puesto que éste sirve también para definir, describir y también transformar la realidad analizada.

Por consiguiente, el encuadre o *framing* sabemos que es fundamental para analizar los procesos electorales pero también debemos considerarlo como punto de partida significativo para estudiar la evolución de la percepción sobre los problemas más importantes (tradicionalmente paro, vivienda o economía), así como el enfoque desde el que se representan. Recordemos que encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más prominentes (Entman, 1993).

Dentro de este contexto, la batalla por la desaparición del término MENA —eludiendo su condición de niños o de migrantes— se plantea dentro de las nuevas *contienda culturales* que se libran en torno a los *frames* o encuadres que se van incorporando a la agenda mediática y política¹. Como veremos posteriormente, el lenguaje —con sus correspondientes enfoques— se ha convertido en una pieza más de análisis de la percepción social de la inmigración.

Desde esta perspectiva, autores como Lawlor y Tolley (2017, p. 976) distinguen los siguientes encuadres a la hora de analizar la inmigración:

<i>Marco o encuadre</i>	<i>Descripción</i>
Economía	Impacto económico de admitir inmigrantes / refugiados
Etnicidad	El origen etnoracial, nacional o religioso de los inmigrantes / refugiados.
Derechos	Diálogo sobre los derechos individuales otorgados a inmigrantes / refugiados
Seguridad	Posibles amenazas a la seguridad por la admisión de inmigrantes / refugiados
Servicios	Acceso y uso de servicios estatales por inmigrantes / refugiados
Validez	Discusión sobre la validez, legitimidad o merecimiento de inmigrantes / refugiados.

Fuente: Lawlor y Tolley (2017).

¹ Véase: <https://migracion.maldita.es/articulos/tenemos-que-dejar-de-llamar-mena-a-los-ninos-y-adolescentes-extranjeros-que-llegan-solos-a-espana/>

Del mismo modo, los diferentes enfoques han permitido establecer diferencias entre la cobertura mediática del inmigrante y la del refugiado o solicitante de asilo (Carniel et al., 2018). Si bien los (in)migrantes pueden ser representados en los medios en términos económicos —enfaticando la contribución a la riqueza del país de acogida— los refugiados pueden ser relacionados con amenazas a la seguridad y el uso abusivo de los programas de ayuda social. Las llegadas de refugiados a menudo se describen utilizando términos como “invasión”, flujos “u” o las “que sugieren que las políticas existentes proporcionan seguridad insuficiente en las fronteras de un país y no se pueden controlar la afluencia de personas (Lawlor y Tolley, 2017, p. 973).

Más allá del enfoque legal o el metafórico sobre el número de inmigrantes, otra mirada —sobre todo en el periodismo local— es la del interés humano, aunque siempre con el miedo o la incertidumbre de caer en el sensacionalismo, el drama y las apelaciones emocionales de los medios a las historias y desgracias personales (Carniel et al., 2018). En los últimos años, investigadores como Cea D’Ancona (2015) establecen también una relación entre la gravedad de la crisis, la lucha por el empleo escaso y la sensación de amenaza producida por personas migrantes. Por otra parte, no debemos olvidar que la frecuencia de la “preocupación por la inmigración se ve afectada no solo por los posibles cambios de opinión en cuanto a la inmigración y los inmigrantes, sino también por la evolución de la opinión en los otros problemas con los que compete” (Álvarez-Miranda, 2019).

En este sentido, podemos clasificar los siguientes tipos de enfoque que tradicionalmente los medios relacionados han relacionado con la inmigración:

- Cuantitativo como una metáfora sobre el número de inmigrantes.
- En torno a cuestiones legislativas y de legalidad de sus actos.
- Interés humano y desgracias personales.
- Lucha por el empleo.
- Estableciendo diferencias entre inmigrante y refugiado.
- Como amenazas a la seguridad nacional.
- Abuso de los servicios sociales.
- Convivencia.
- Temas interculturales.
- Sucesos.

Sin embargo, también es necesario hacer una distinción en función del ámbito geográfico y el alcance territorial de los medios de comunicación. Autores como Fernández y Corral (2016) señalan que existe una disparidad importante entre los periódicos regionales y los nacionales. En los primeros se apuesta más por un tratamiento más próximo y cercano en lo que a los asuntos domésticos se refiere (cuestiones laborales, culturales, de convivencia, etcétera), mientras que en los medios de tirada nacional se ofrece una doble vertiente: la preocupación por las tensiones, conflictos o sucesos generados y otra centrada en los temas interculturales.

Desde esta perspectiva, Cea D'Ancona (2016) señala que “la percepción de amenaza económica es la que más determina la discriminación y el rechazo a los inmigrantes mientras que la amenaza cultural es la que más restringe los deseos de convivir con ellos”.

En ocasiones, y como veremos, otro de los problemas de enfoque que se plantean es el de la confusión de categorías a la hora de representar a las personas implicadas, pero también de la falta de argumentación a la hora de determinar con claridad las causas y los datos que subyacen a la migración forzada (Bañón Hernández, 2019, p. 357).

En cualquier caso, el escenario también se ha modificado de forma significativa incorporando nuevas variables. Como recuerda Andrés Conde —director ejecutivo de *Save The Children*—, “en los últimos años, ha aumentado en particular el número de los menores que viajan sin la compañía de sus tutores; en el periodo 2015-2016 hubo cinco veces más niños y niñas que migraron solos respecto al bienio 2010-2011, y se alcanzó el récord de 98.400 solicitud de asilo formuladas por menores no acompañados en 78 países” (2019, p. 71)².

1.1. Estado de la cuestión. Posverdad, emociones identitarias y nuevas narrativas contra la inmigración

Las referencias a la posverdad (D'Ancona, 2019), la desinformación (Magallón, 2019) y la constante apelación a las mediáticamente denominadas *fake news* (Vargo et al., 2017) se han

² No podemos olvidar tampoco, los nuevos desafíos para las migraciones que presenta el cambio climático y global. Véase: <https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2018/03/19/groundswell---preparing-for-internal-climate-migration>

multiplicado desde las elecciones estadounidenses de 2016 (Allcott y Gentzkow, 2017) y el referéndum del Brexit de forma significativa, y han tenido su máximo eco en las elecciones de noviembre de 2020 en EE. UU. y la *infodemia* que se desarrolló a nivel global durante los primeros meses de la pandemia.

Paralelamente, cuestiones y fenómenos como las cámaras de eco (Hampton et al., 2017), burbujas informativas (Pariser, 2017) o la exposición selectiva —para eludir cualquier tipo de disonancia cognitiva— se han planteado como un forma de buscar que los hechos importen relativamente poco frente a las emociones y los prejuicios (Walter et al., 2019).

En este sentido, y como ocurre con la desinformación de carácter político que pretende polarizar (Benkler et al., 2017), durante el proceso de creación de informaciones falsas basadas en discursos del odio, los actores que generan la desinformación centran el foco de interés en cuestiones emocionales, apelando a la irracionalidad de los públicos para que éstos asuman las noticias sin oposición y las compartan de forma rápida (Freelon, 2017).

Sin embargo, las causas que han hecho que aumente la preocupación por esta problemática —así como la mirada para analizarlos—, afortunadamente no son tan deterministas como podría pensarse inicialmente y dependen de la combinación de factores económicos, políticos y sociales.

1.1.1. La evolución de la percepción social y mediática sobre la inmigración y el discurso del odio en la última década. El papel de la desinformación

Parece evidente que —en este escenario descrito más arriba— el papel del discurso contra la (in)migración encuentra nuevas formas de difusión pero también nuevas narrativas que se instalan en el imaginario de determinados encuadres y enfoques sociales.

Al respecto, y en relación a la década de crisis económica y social iniciada en 2008, Sebastian Rinken (2015, p. 67) subraya que “la evolución de las actitudes hacia el colectivo inmigrante no dependería sin más de la coyuntura económica, ni tampoco del nivel de desempleo, sino del impacto percibido de la crisis sobre *unos* y *otros*”.

Desde esta perspectiva, y a la hora de relacionar la inmigración con el discurso del odio, Estrada (2017) distingue las siguientes

problemáticas en discusión: entrada de inmigrantes en «pateras», inmigración irregular, empleo de trabajo ilegal, racismo, xenofobia, expulsión, repatriación, convivencia en Ceuta y Melilla, (in)migrantes menores no documentados y no acompañados, regularizaciones/naturalizaciones, educación y diferencias religiosas de culto. A las que, en ocasiones excepcionales, podríamos añadir la de terrorismo o la seguridad nacional.

En este contexto, la principal característica de la metaforización y cobertura de las migraciones es “la constante recurrencia a las cifras; esto tiene como finalidad contabilizar la presencia de los otros en la sociedad española” (Estrada, 2017, p. 120).

En la misma línea, autores como Carniel señalan que “las cuestiones legales vinculadas a la migración constituyen el encuadre más destacado en el análisis de los medios que realizan la cobertura informativa de temas vinculados a la migración. La tendencia a relacionar la inmigración que llega a un determinado país con la ilegalidad —e incluso con la delincuencia— es persistente en diversos ecosistemas mediáticos” (Carniel et al., 2018).

Como señalábamos, la evolución del estudio sobre la relación entre medios de comunicación e inmigración ya ha sido analizada sobre todo a partir de las consecuencias devenidas con la crisis económica y social iniciada en 2008. Al respecto, Cea D’Ancona (2015) subraya que “la hostilidad y los prejuicios hacia los miembros ajenos al endogrupo (extranjeros, minorías étnicas, etc.) se explican por la *competencia* (real o percibida) por recursos escasos y socialmente valorados”.

Por otra parte, autores como Sebastian Rincken (2015, p. 70) ya habían defendido que “en el período 2008-2013, la preocupación por el hecho inmigratorio y la animosidad hacia las personas inmigradas evolucionaron a la baja, pese a un contexto económico que a priori, haría presagiar un aumento de la aversión”.

María Ángeles Cea D’Ancona (2015, p. 48), después de analizar el periodo de crisis, defiende que en la disminución de la percepción de la presencia inmigratoria ha influido su menor presencia real y su menor protagonismo en los medios de comunicación. Por su parte Rincken (2019), ha seguido analizando la “desconexión entre el hecho inmigratorio y las secuelas de la crisis” como una primera consecuencia relevante.

Sin embargo, tal y como señalábamos en la introducción, el momento anterior a la pandemia de COVID-19 —en el que no se

vislumbraba la actual situación de crisis social, política y económica que llegaría— se identificaba más, desde un punto de vista territorial pero también social de la (in)migración, con cuestiones identitarias.

En ese contexto previo, el discurso del odio se empezó a orientar hacia que el papel de las redes sociales y los nuevos movimientos políticos que buscan la polarización y que encontraron en las nuevas formas de desinformación sobre la inmigración un caldo de cultivo para desarrollar una agenda social y política a medio plazo.

En este escenario de *conflicto cultural*, aparecen nuevamente las apelaciones a las emociones y a los *hechos alternativos* como respuesta a la falta de herramientas y recursos de alfabetización mediática para comprender y discernir la verdad y los hechos objetivos. En este sentido, es importante subrayar que las informaciones basadas en el discurso del odio despiertan impulsos emocionales e irracionales para alcanzar visibilidad pero también viralidad.

Y para ello apelan a supuestos privilegios sanitarios o ayudas sociales que se conceden a personas migrantes en detrimento de población natural de un lugar pero también a supuestas acciones ilegales o delictivas.

<i>Tipología de desinformaciones</i>	<i>Fuentes utilizadas para dar credibilidad al mensaje</i>
Sobre beneficios sociales, sanitarios y fiscales.	Testimonio personal de un supuesto testigo o experto. Artículos de diarios digitales.
Sobre hechos delictivos/ comportamientos inapropiados cometidos por los inmigrantes. Choque cultural.	Vídeos, fotografías, artículos de diarios digitales.
Sobre llegada y estancia ilegal / clandestina.	Fuentes gubernamentales.
Sobre cambios legislativos, favorables a la inmigración ilegal.	Testimonio personal de un supuesto testigo o experto.

Fuente: Molina Cañabate y Magallón-Rosa (2019).

En este contexto de redes sociales y sistemas de mensajería, las narrativas se repiten y una de las claves que desvelan si una información es falsa o malintencionada es la fuente de la que parten, puesto que muchos bulos provienen de fuentes no conocidas o poco fiables.

El modo de disfrazar estos bulos como noticias reales es diverso: desde un supuesto testimonio desde lugar de los hechos a material gráfico obtenido por otra persona —que no tiene que coincidir ni siquiera con el país de los hechos—, la utilización como fuente de autoridad de webs con apariencia de medios digitales o, incluso, textos legislativos (de los que se ofrece una mala interpretación o una interpretación descontextualizada).

2. PERCEPCIÓN SOCIAL E INMIGRACIÓN. LOS DATOS DEL BARÓMETRO DEL CIS

Los datos ofrecidos por el *Centro de Investigaciones Sociológicas*, el *Instituto Nacional de Estadística* y *Eurostats* son utilizados de forma recurrente para los estudios sobre inmigración. Autores como Rinken (2015) y Álvarez-Miranda (2019) ya han analizado de manera detallada los datos del CIS sobre inmigración en la última década, afirmando que “la ciudadanía tiende a reaccionar con inquietud a la percepción de que el control fronterizo carece de eficacia y que esa percepción está modulada por procesos de politización y mediatización”.

Por otra parte es importante recordar que en “la versión de la pregunta sobre los principales problemas del país que el CIS plantea cada mes en sus *barómetros de opinión*, de respuesta espontánea, “La inmigración” no alcanzó suficiente frecuencia para ser codificada hasta el año 2000” (Álvarez-Miranda, 2019, p. 147).

En ocasiones, los propios acontecimientos mediáticos y políticos alteran notablemente la percepción social, como ocurrió con la *Ley de Reforma de la Ley de Extranjería* del año 2000 o la *crisis de los cayucos* en 2006.

Por su parte, Cea D’Ancona (2016, p. 140), destaca que al descenso del rechazo a la inmigración que se dio a partir de 2014 probablemente haya contribuido que “al inmigrante se le perciba menos <protegido>, menos acaparador de las ayudas o prestaciones sociales, como consecuencia de los recortes presupuestarios en ámbitos como la sanidad y la educación”.

En este sentido, quienes afirmaban que “tienen un problema personal con la inmigración tienden claramente más a decir que la inmigración es un problema para el país: más de la mitad, el 57

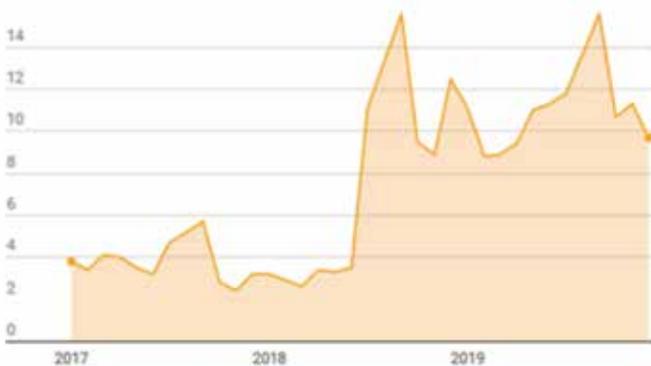
por ciento, la consideran un problema colectivo” (Álvarez-Miranda, 2019, p. 150).

En los barómetros del *Centro de Investigaciones Sociológicas*, la pregunta sobre los principales problemas del país se plantea en los siguientes términos: “¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?”. Al respecto Berta Álvarez-Miranda hará referencia a un “sesgo de deseabilidad social que inhibe especialmente las opiniones negativas sobre este asunto” (2019, p. 146).

Del mismo modo, y como sabemos, las campañas electorales también modifican la percepción social puesto que “proporcionan un escenario propicio para la expresión de actitudes hostiles a la inmigración y para la manifestación más o menos abierta y declarada de tendencias a iniciativas xenófobas” (Aja et al., 2011, p. 15).

En este contexto, y a la hora de entender los resultados de este trabajo, parece imprescindible recordar que en España se celebraron unas elecciones autonómicas en Andalucía el 2 de diciembre de 2018, dos elecciones generales (28 de abril y 10 de noviembre de 2019) y unas elecciones europeas, autonómicas y municipales el 26 de mayo de 2019.

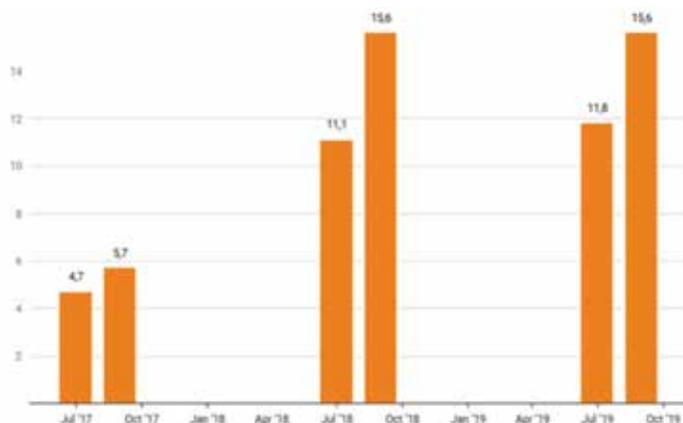
EVOLUCIÓN EN EL CIS DE LA INMIGRACIÓN COMO UNO DE LOS TRES PRINCIPALES PROBLEMAS PARA LOS ESPAÑOLES



Fuente: CIS.

En este escenario, podemos ver cómo la evolución sobre la percepción de la inmigración como uno de los 3 principales problemas para los españoles ha aumentado de forma significativa en estos 3 últimos años pasando del 3,8% en enero de 2017 al 9,7% en diciembre de 2019 y habiendo alcanzado el 15,6% en septiembre de 2019, justo antes de las elecciones del 10 de noviembre de 2019 y tras los meses estivales donde de forma sistemática la percepción social de la inmigración como problema aumenta por la cobertura mediática.

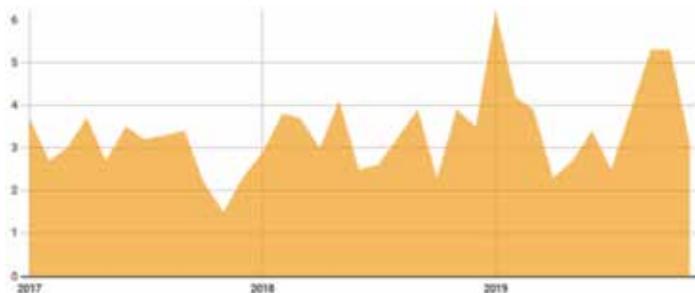
EVOLUCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA INMIGRACIÓN COMO UN PROBLEMA PARA LOS ESPAÑOLES EN LOS MESES DE VERANO (JULIO A SEPTIEMBRE)



Fuente: CIS.

Sin embargo, resulta significativo —y acorde a los estudios mencionados más arriba— que la percepción sobre la inseguridad ciudadana no haya aumentado en estos tres años y que de hecho se encuentre en los índices más bajos de este periodo. Si en enero de 2017 se encontraba en el 3,7% en diciembre de 2019 había bajado al 2,2%.

EVOLUCIÓN EN EL CIS DE LA INSEGURIDAD CIUDADANA COMO UNO DE LOS TRES PRINCIPALES PROBLEMAS PARA LOS ESPAÑOLES



Fuente: CIS.

Es decir, y es importante destacarlo, en el periodo analizado no se establece ningún tipo de correlación entre el aumento de la percepción de la inmigración como un problema y la percepción de inseguridad ciudadana.

3. DESINFORMACIÓN E INMIGRACIÓN. EL CASO DE *MALDITA MIGRACIÓN*

Maldita Migración nació el 15 de enero de 2019 —dos años después de *Maldito Bulo*—, cuando el equipo de Maldita.es advirtió que, tras la llegada del buque *Aquarius* a España, un tercio de los bulos que circulaban por las redes tenía que ver con la inmigración y con personas refugiadas (Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2019)³. Empezaron a trabajar y a establecer colaboraciones con instituciones (como *Oxfam*) y con otros medios periodísticos (*Julia en la Onda* o *eldiario.es*).

³ En junio de 2018, el entonces Ministro del Interior italiano, Matteo Salvini, denegó el acceso a cualquiera de sus puertos al barco, que llevaba 629 migrantes. El gobierno español presidido entonces por Pedro Sánchez ofreció al *Aquarius* atracar en el puerto de Valencia por razones humanitarias. Véase: https://es.wikipedia.org/wiki/Aquarius_2

En noviembre de 2020, contaban con más de 24.400 seguidores en redes sociales que contribuyen a compartir los desmentidos que se publican pero también para crear una comunidad que esté alerta y les informe de los diferentes bulos que circulan por plataformas como Facebook o sistemas de mensajería como WhatsApp.

Las supuestas fuentes de las que parten estos bulos —y que dan credibilidad a los hechos narrados— tienen un esquema narrativo que se repite: supuestos testigos de las acciones, páginas web o blogs que se presentan como diarios digitales (que, en realidad, legalmente y deontológicamente no lo son), etc.

Incluso también se citan fuentes gubernamentales, pero se sacan las informaciones de contexto. La forma de transmitir el bulo también complica la labor de verificación, puesto que cada vez son más frecuentes informaciones falsas que llegan por WhatsApp o Facebook y que los usuarios no comparten, sino que copian y pegan para seguir creando otros mensajes en redes.

En Maldita, para combatir los distintos niveles de desinformación distinguen entre: *bulo* —cuando una supuesta información o contenido viralizado es mentira— y *qué sabemos* —no dicen que algo sea mentira, sino que esa no es, exactamente, la realidad— (Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2020).

Desde esta perspectiva, un análisis con *Voyant Tools* nos permite entender también la estructura y diseño de los desmentidos en redes sociales por parte de *Maldita/Maldita Migración*: los resultados nos muestran en primer lugar que los 295 posibles bulos analizados sobre (in)migración suman un total de 4774 palabras en los titulares de esas verificaciones en Twitter.

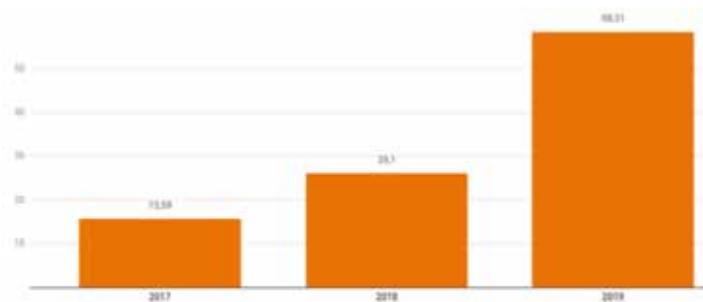
Voyant Tools es una aplicación web de código abierto compatible con la lectura académica y la interpretación de textos o corpus, en particular para las humanidades digitales. Permite ver el número de palabras de los tuits o las palabras más repetidas.

En el corpus de los desmentidos sobre (in)migración de *Maldita*, las palabras o términos más repetidos son las siguientes:

Es decir, los bulos más repetidos coinciden con los encuadres más recurrentes que aparecen en los medios de comunicación sobre inmigración.

Desde este punto de vista, un análisis temporal y cronológico de los bulos relacionados con la (in)migración que están registrados en la base de datos de Maldita nos permite ver de qué forma éstos han ido aumentando de manera más que significativa, pasando de 46 los bulos monitorizados en 2017 a los 77 en 2018 y los 172 en 2019 y alcanzando en estos 3 años los cerca de 295 desmentidos.

DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJES DE LAS VERIFICACIONES REALIZADAS POR MALDITA.ES/MALDITA MIGRACIÓN SOBRE MIGRACIÓN

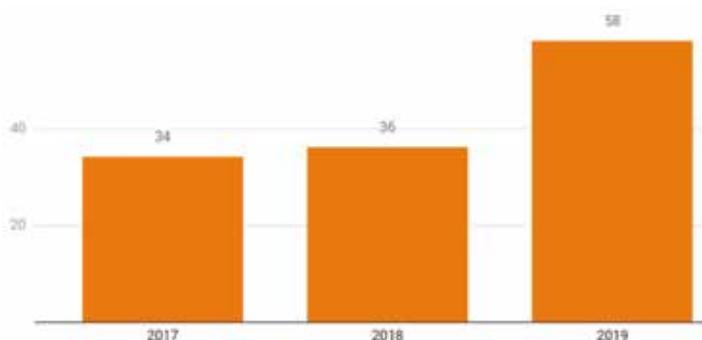


Fuente: Maldita Migración

En este sentido, un estudio más detallado nos permite ver también cómo la desinformación que vincula migración y religión ha aumentado de forma significativa en el último año analizado, alcanzando los 58 bulos. Es decir, dentro de los bulos relacionados con la inmigración, aquellos que hacen referencia a la religión —y en concreto, al Islam— son los más frecuentes y en el año 2019 supusieron casi el 45% del total de los bulos desmentidos sobre migración/religión.

Como hemos señalado, y hay que recordarlo, 2019 fue un año especialmente intenso desde el punto de vista electoral en España.

VERIFICACIONES REALIZADAS SOBRE LA CATEGORÍA
MIGRACIÓN/RELIGIÓN REALIZADAS POR MALDITA.ES/
MALDITA MIGRACIÓN



Fuente: Maldita Migración.

Por otra parte, quisimos comprobar si existía algún tipo de correlación entre la viralización de los bulos publicados por *Maldita Migración* y el número de desmentidos verificados. Un análisis de los tweets más compartidos por la comunidad de *Maldita Migración* durante 2019 nos permitió comprobar que la mayoría de ellos se produjeron en los primeros días de *Maldita Migración*, lo que coincide con la idea de que el impacto de este proyecto en redes fue sobre todo importante en su primer mes de vida.

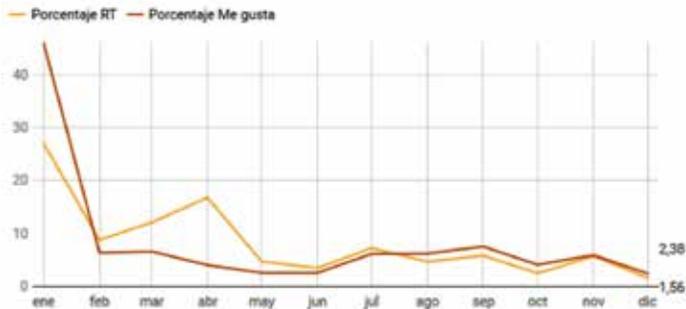
Los cinco tweets con más impacto en redes publicados por *Maldita Migración* fueron los reflejados en el cuadro de página siguiente.

Durante ese 2019, los contenidos publicados o retuiteados en Twitter por *Maldita Migración* alcanzaron los 98.328 retuits y 25.251 me gusta. Durante el mes de enero de 2019, se consiguieron el 27% del total de retuits de todo 2019 y el 46% de Me Gusta. Aquí se explica la gran comunidad que había detrás de *Maldito Bulo* y que valoró muy positivamente el lanzamiento del proyecto.

Texto del tweet	Fecha	Número de retuits	Número de Me Gusta
50 de los bulos sobre inmigrantes o musulmanes que hemos desmentido. Mega hilo parte 1 (25 bulos) No, los inmigrantes no tienen medicamentos gratis. ¿has recibido por WhatsApp una carta de una supuesta farmacéutica? Es falsa. https://t.co/T6Ho2KXIaw	16/01/2019	1580	1272
No, las pegatinas “Nosotros llegamos en patera pero vosotros os largaréis de aquí nadando” no están puestas por “inmigrantes”, son pegatinas del partido ultraderechista Democracia Nacional. Es un bulo viejo que vuelve. https://t.co/QHqg5E8YBy	17/01/2019	466	408
No, los acusados de la ‘manada de Manresa’ no son MENA: son tres españoles, tres cubanos y un argentino mayores de edad https://t.co/pDvpX79hNa	05/07/2019	460	321
Bulos y datos sobre las ayudas al alquiler en la Comunidad de Madrid a “marroquíes y magrebies”. No, no son casi 7.000 inmigrantes beneficiados ni la mayoría de receptores son extranjeros No las ayudas de 2400 euros no son mensuales si no anuales.	16/01/2019	457	372
No. No hay una ayuda al alquiler ni de Carmena ni de la Comunidad de Madrid solo para “inmigrantes”. La ayuda existente (Comunidad) la reciben una mayoría de españoles y no es mensual como afirman sino anual. https://t.co/5yalG50JAI	22/01/2019	385	321

Fuente: Maldita Migración. Año 2019.

PORCENTAJE DE RETWEETS Y ME GUSTA POR MES DE MALDITA MIGRACIÓN EN 2019



Fuente: Maldita Migración.

En cualquier caso, sólo en abril de 2019 —coincidiendo con las elecciones generales— se percibe una correlación más o menos clara entre la difusión de los desmentidos y la cantidad de bulos verificados.

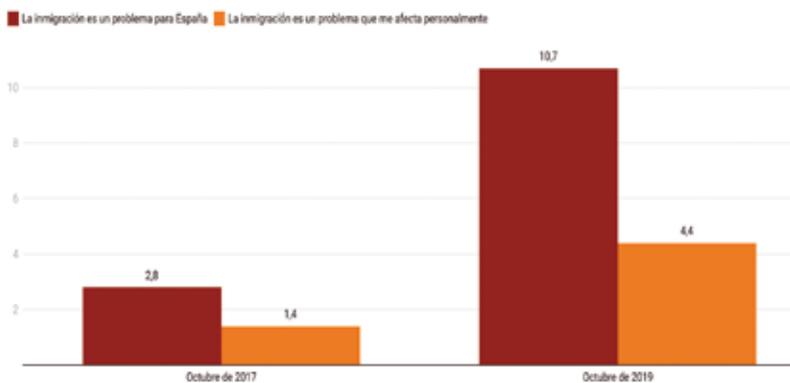
4. LA AGENDA BELOW THE RADAR. PERCEPCIÓN SOCIAL Y DESINFORMACIÓN

Más allá de los datos de percepción de los barómetros, el CIS también distingue entre la agenda social o política, la agenda interpersonal y la agenda intrapersonal sobre los problemas más importantes. Esta diferenciación es importante puesto que — como mencionábamos en la introducción— una de las grandes propuestas teóricas de los últimos años es la *network agenda setting* (Vargo et al., 2014), en la que se analizan los vínculos entre dos hechos o cuestiones y cómo éstas se interrelacionan con el paso del tiempo.

En este sentido, es necesario recordar que octubre de 2017 fue el momento en el que el llamado mediáticamente *procés/questió catalana* alcanzó su máxima intensidad política, también desde el punto de vista de la desinformación. Entonces sólo el 1,4 por ciento afirmaba que la inmigración era uno de los 3 problemas que más les afectaba personalmente y sólo el 2,8 afirmaba que era uno de los 3 problemas más importantes para España.

Sólo dos años después, la encuesta preelectoral de octubre de 2019 ya situaba en el 10,7% la inmigración como un problema para los españoles. Desde esta perspectiva, es necesario subrayar que mientras que la percepción de la inmigración como un problema personal había aumentado en tres puntos, pasando del 1,4% al 4,4% la percepción de la agenda social y política lo había hecho en casi 8 puntos, pasando del 2,8% al 10,7%⁴.

⁴ Según el CIS, la inmigración es el principal problema para el 10% de los votantes de Vox. Para el resto de votantes de otros partidos no llega al 3,2% la respuesta de aquellos que lo que lo sitúan como principal problema.

EVOLUCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA INMIGRACIÓN
COMO UN PROBLEMA

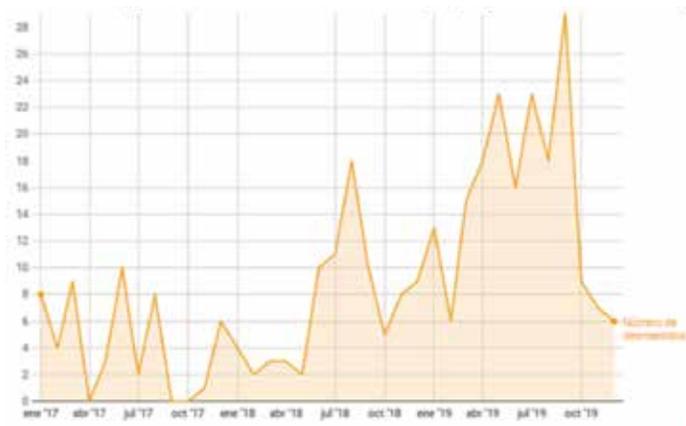
Fuente: CIS.

Por otra parte, y si realizamos una aproximación cronológica de la desinformación desmentida y catalogada por la organización periodística Maldita, vemos como los bulos sobre (in)migración empiezan de manera más o menos periódica a repuntar en los meses de junio y el CIS los identifica como un problema en los barómetros de septiembre.

En cualquier caso sí se percibe julio de 2018, con la cobertura del *Open Arms* y diferentes noticias relacionadas con la valla de Melilla, como un punto de inflexión desde el punto de vista de la circulación de bulos en nuestro país.

Del mismo modo, y también resulta importante destacarlo, no se puede ver una correlación directa entre desinformación sobre (in)migración y elecciones. Si bien es cierto que cada vez que se acerca una convocatoria electoral, aumentan los bulos no lo hacen de forma que se pueda ver una tendencia estable o significativa.

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL NÚMERO DE DESMENTIDOS PUBLICADOS POR MALDITO BULO/MALDITA MIGRACIÓN RELACIONADOS CON LA (IN)MIGRACIÓN ENTRE 2017 Y 2019



Fuente: Maldita Migración.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Como planteábamos al inicio de nuestro trabajo, la combinación de los datos que ofrece la publicación y catalogación de las verificaciones que realiza la organización de *fact-checking* Maldita, es con la representación y visibilidad que presenta la (in)migración como una problemática en fechas concretas, supone una nueva forma de análisis de la desinformación sobre (in)migración que permite combinar la agenda a corto plazo que se reproduce en los medios de comunicación —pero también en los sistemas de mensajería y redes sociales— con los efectos sociales a medio y largo plazo que presenta el CIS sobre esta cuestión.

En este trabajo hemos podido responder a algunas de las preguntas de investigación que habíamos formulado: queda claro que la intensidad sobre la inmigración como un problema aumenta tras el verano. Sin embargo, la correlación no se puede afirmar de forma tan clara cuando se acercan unas elecciones —sobre todo en un contexto de repetición como el vivido en España en 2019—.

En cualquier caso, la cobertura mediática sobre la (in)migración —mucho más frecuente en los medios durante el verano— tiene consecuencias desde el punto de vista de la desinformación puesto que aumentan los bulos en este periodo y la preocupación social se acaba registrando en los barómetros de septiembre.

Al respecto, un análisis de los bulos relacionados con la inmigración que están registrados en la base de datos de Maldita nos ha permitido ver de qué forma éstos han ido aumentando de manera más que significativa, pasando de 46 desmentidos en 2017 a los 172 en 2019 y alcanzando en estos 3 años los cerca de 285 bulos.

En esta línea, un estudio más detallado nos ha permitido analizar cómo la desinformación que vincula religión y cultura musulmana con la (in)migración ha aumentado de forma significativa en el último año (2019), pasando de 34 a 58 bulos, hasta alcanzar los 128 desmentidos en total en el periodo analizado.

En cualquier caso, resulta significativo subrayar que la percepción sobre la inseguridad ciudadana no haya aumentado en estos tres años y que de hecho se encuentre en los índices más bajos recogidos por el CIS hasta la llegada de la pandemia.

Si en enero de 2017 se encontraba en el 3,7 en diciembre de 2019 había bajado al 2,2. Una hipótesis de trabajo es que la polarización refuerza más la identidad del *nosotros* que excluye la diversidad de los *otros*.

Por último, es importante destacar que mientras que la percepción de la inmigración como un problema personal ha aumentado en tres puntos desde octubre de 2017 —en plena crisis política en Catalunya—, la percepción de que es un problema para España lo ha hecho en casi 8 puntos, pasando del 2,8% al 10,7%.

En este sentido, es importante subrayar que se ha impuesto poco a poco el mensaje de que las *fake news* generan polarización, pero también puede ocurrir que sea la polarización estratégica ideada desde la política la que esté potenciando el desarrollo de las nuevas formas de desinformación. Esta idea, estaría en consonancia con Kunovich (2004), quien señaló que “la decreciente enemistad antinmigrante en poblaciones desventajadas podría deberse a que estas dirigen su enfado hacia los políticos, en vez de hacia los inmigrantes”.

Desde esta perspectiva, esta relación parece que se sigue manteniendo a pesar de los escenarios políticos y mediáticos polarizados. Es decir, los bulos sobre (in)migración más que generar problemas desde el punto de vista de la interacción y la integración social sir-

ven sobre todo para reforzar y poner en valor identidades individuales y colectivas que se siente amenazadas. En cualquier caso, tal y como hemos querido analizar en este trabajo, parece evidente que la agenda que circula fuera del radar de los medios sobre inmigración acaba influyendo en la manera en la que la ciudadanía interpreta los mensajes mediáticos y políticos.

Como conclusión queremos señalar que si bien la hipótesis principal y las preguntas de investigación pueden haber sido respondidas de forma más o menos satisfactoria, es necesario establecer nuevas metodologías y casos de estudio que nos permitan seguir analizando cómo es esa *agenda below the radar* que acaba determinado la agenda social y política sobre la (in)migración.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aja, E., Arango, J. y Oliver, J. (eds.) (2011). *Inmigración y crisis económica. Impactos actuales y perspectivas de futuro*. Barcelona, CIDOB. Recuperado de https://www.cidob.org/es/publicaciones/serie_de_publicacion/anuario_cidob_de_la_inmigracion/inmigracion_y_crisis_economica_impactos_actuales_y_perspectivas_de_futuro_anuario_de_la_inmigracion_en_espana_2010_edicion_2011
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-36. doi: 10.1257/jep.31.2.211
- Álvarez-Miranda, B. (2019). La prelación de la inmigración como problema del país. *Opinión pública y encuestas*; (2019), nº 30. enero – 2020. Recuperado de https://www.funcas.es/publicaciones_new/Sumario.aspx?IdRef=4-15030
- Aruguete, N. (2017). Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. Pontificia Universidad Javeriana; *Signo y Pensamiento*, 36(70), 1-2017; 38-54. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11336/50545>
- Arango, J., Mahía, R. Moya, D. y Sánchez-Montijano, E. (2019). Inmigración, elecciones y comportamiento político. *Anuario CIDOB de la Inmigración 2019*. doi: doi.org/10.24241/AnuarioCIDOBInmi.2019
- Artwick, C. (2012). Body found on Twitter: The role of alternative sources in social media agenda setting. En *International Communication Association Conference* (pp. 1-29). Phoenix: International Communication Association.
- Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H. y Zuckerman, E. (2017). Study: Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de <http://bit.ly/35uDLyI>

- Carniel Bugs, R., Ortega, E. y Velázquez García-Talavera, T. (2018). El tratamiento de la información sobre flujos migratorios en los medios de los países mediterráneos. *AdComunica*. Recuperado de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/462/455>
- Cea D'Ancona, M. Á. (2016). Percepción social de las migraciones en España. *Panorama Social*, 24, 129-144. Recuperado de https://www.funcas.es/publicaciones_new/Sumario.aspx?IdRef=4-15024
- Cea D'Ancona, M. Á. (2015). Los efectos de la crisis económica en la modulación y evolución de la opinión pública española ante la inmigración. *Migraciones*, 37(1), 29-52. doi: <https://doi.org/10.14422/mig.i37.y2015.002>
- Cea D'Ancona, M. Á. (2009). La compleja detección del racismo y la xenofobia a través de encuesta: Un paso adelante en su medición. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 125(1), 13-45. doi: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_125_011231144723167.pdf
- Cea D'Ancona, M. Á. (2004). *La activación de la xenofobia en España. ¿Qué miden las encuestas?*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Congosto, M., Basanta-Val, P. y Sánchez Fernández, L. (2017). T-Hoarder: A framework to process Twitter data streams. *Journal of Network and Computer Applications*, 83, 28-39. doi: <http://doi.org/gcx5wj>
- D'Ancona, M. (2019). *Posverdad*. Alianza. Madrid.
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, vol. XLIII (3).
- Estrada, G. C. (2017). *La categoría inmigrante en la prensa española*. Tesis. Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/100406/retrieve>
- Fernández, C. y Corral, A. (2016). La representación mediática del inmigrante magrebí en España durante la crisis económica (2010-2011). *Migraciones internacionales*, 8(4), 73-103. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-89062016000200073&lng=es&tlng=es
- Fletcher, R., Cornia, A., Graves, L. y Nielsen, R. K. (2018). Measuring the reach of 'fake news' and online disinformation in Europe. *Reuters Institute*. Recuperado de <http://bit.ly/35RwGSi>
- Freelon, D. (2017). Personalized Information Environments and Their Potential Consequences for Disinformation. *First Draft News*, 38-44. Recuperado de <http://bit.ly/2Nof1LC>
- Guess, A., Nyhan, B. y Reifler (2018). Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. *European Research Council*. Recuperado de <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf>
- Guo, L. (2013). Toward the third level of agenda setting theory: A network agenda setting model. In T. Johnson (Ed.), *Agenda setting in a 2.0 world: New agendas in communication* (pp. 112-133). New York, NY: Routledge.

- Guo, L. (2012). The application of social network analysis in agenda setting research: Aethodological exploration. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56, 616-631. doi:1.1080/08838151.2012.73214
- Hampton, K. N., Shin, I., Lu, W. (2017). *Social media and political discussion: when online presence silences offline conversation*. *Information, Communication & Society*. 20(7): 1090-1107. doi:10.1080/1369118x.2016.1218526.
- Humphrecht, E. (2018). Where 'fake news' flourishes: a comparison across four Western democracies. *Information, Communication & Society*. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2018.1474241>
- Kunovich, R. (2004). Social Structural Position and Prejudice: An Exploration of Cross-National Differences in Regression Slopes. *Social Science Research*, 33(1): 20-44. doi: 10.1016/S0049-089X(03)00037-1
- Lawlor, A. y Tolley, E. (2017). Deciding Who's Legitimate: News Media Framing of Immigrants and Refugees. *International Journal of Communication*, 11, 967-991. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6273/1946>
- Magallón-Rosa, R. (2019). *Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*. Madrid: Pirámide.
- Magallón-Rosa, R. (2018). Nuevos formatos de verificación. El caso de Maldito Bulo en Twitter. *Sphera Publica*, 1(18), 41-65. Recuperado de <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/341/14141417>
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y sociedad*. Vol VIII, Nº1, 7-32. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10171/8401>
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The agenda setting function of the media. *Public Opinion Quarterly*, vol. XXXVI, 176-187. doi: 10.1086/267990
- Moldes-Anaya, S., Jiménez-Aguilar, F. y Jiménez-Bautista, F. (2018). Actitudes hacia la inmigración en España a través de la Encuesta Social Europea. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, [S.l.], v. 13, n. 1, p. 93-119, jun. 2018. doi: <https://doi.org/10.14198/OBETS2018.13.1.04>
- Molina-Cañabate, J. P. y Magallón-Rosa, R. (2020). Desinformación y periodismo científico. El caso de Maldita Ciencia. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 11(2). doi: <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.4>
- Molina-Cañabate, J. P. y Magallón-Rosa, R. (2019). Procedimientos para verificar y desmontar informaciones falsas basadas en el discurso del odio. El caso de Maldita Migración. *Revista Asociación Española de Investigación en Comunicación*. Vol. 6, Núm. 12 (2019), 95-122. Recuperado de en: <http://www.revistaec.eu/index.php/raeic/article/view/204/176>
- Notario-Rocha, M. L. y Cardenas-Rica, M. L. (2019). Xenofobia y Fake News. Análisis del flujo de informaciones confusas. Proyecto Maldita Migración. *IROCAMM*. Vol. 1, Num 3. doi: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2020.v01.i03.06>

- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Rinken, S. (2019). Actitudes ante la inmigración y comportamiento electoral en España. *Anuario CIDOB de la inmigración 2019*. Barcelona: CIDOB. Recuperado de https://www.cidob.org/es/articulos/anuario_cidob_de_la_inmigracion/2019/actitudes_ante_la_inmigracion_y_comportamiento_electoral_en_espana
- Rinken, S. (2019). El peligro de la xenofobia. (ed.). *El fenómeno migratorio en España. Reflexiones desde el ámbito de la Seguridad Nacional*. Madrid: Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, 2019. Recuperado de <https://www.dsn.gob.es/documento/fen%C3%B3meno-migratorio-esp%C3%B1a-reflexiones-desde-%C3%A1mbito-seguridad-nacional>
- Rinken, S. (2016). Crisis económica y sentimiento antinmigrante: el caso de Andalucía. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 156, 77-96. doi: <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.156.77>
- Rinken, S. (2015). Actitudes hacia la inmigración y los inmigrantes: ¿En qué es España excepcional?. *Migraciones*, 37(1), 53-74. doi: <https://doi.org/10.14422/mig.i37.y2015.003>
- Robinson, M. J. y Sheehan, M. A. (1983). *Over the wire and on TV: CBS and UPI in campaign '80*. Rusell Sage Foundation, Nueva York.
- Rodríguez-Virgili, J. y Serrano-Puche, J. (2019). Medios de comunicación y opinión pública en España. *Opinión pública y encuestas*. N° 30 enero - 2020. Recuperado de https://www.funcas.es/publicaciones_new/Sumario.aspx?IdRef=4-15030
- Shaw, D. y Weaver, D. (2014). Media agenda-setting and audience agenda-melding. In M. E. McCombs (Ed.), *Setting the agenda: The mass media and public opinion* (pp. 145-150). Cambridge, England: Polity Press.
- Vargo, C. J., Guo, L., McCombs, M. y Shaw, D. L. (2014). Network Issue Agendas on Twitter During the 2012 U.S. Presidential Election. *Journal of Communication*, 64(2), pp. 296-316. doi: <https://doi.org/10.1111/jcom.12089>
- Vargo, C. J., Guo, L. y Amazeen, M. A. (2017). The Agenda-Setting Power of Fake News: A Big Data Analysis of the Online Media Landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20:2028-49. doi: <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>
- Vosoughi, S., Roy, D. y Aral. S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*. Vol. 359, Iss 6380. Recuperado de <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>
- Walter, Nathan et al. (2019). Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom. *Political Communication*. doi: <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>
- Wardle, C. y Derakshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. Recuperado de <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

