

Proyectos europeos y alfabetización mediática ante la desinformación: estrategias para la transferencia de conocimiento en el Programa Horizonte 2020

European Projects and Media Literacy in the Face of Disinformation: strategies for Knowledge Transfer in the Horizon 2020 Program

Projetos europeos e alfabetização mediática diante da desinformação: estratégias para transferência de conhecimento no Programa Horizonte 2020

Beatriz Molina Lomba^{1*} 

Jordi Rodríguez Virgili^{1}** 

Jorge Miguel Rodríguez Rodríguez^{2*}** 

¹ Facultad de Comunicación (FCOM) de la Universidad de Navarra (UNAV), Pamplona, España

² Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España

* Investigadora en el Departamento de Comunicación Pública de la Facultad de Comunicación (FCOM) de la Universidad de Navarra (UNAV), Pamplona, España. Email: bmolinalomb@alumni.unav.es

** Profesor Titular de Comunicación Política de la Facultad de Comunicación (FCOM) de la Universidad de Navarra (UNAV), Pamplona, España. Email: jrvirgili@unav.es

*** Profesor e investigador de Periodismo de la Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España. Email: j.rodriguezr@unizar.es



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Recibido: 25/03/2025; **Revisado:** 18/04/2025; **Aceptado:** 22/09/2025; **Publicado:** 17/11/2025

Para citar este artículo: Molina Lomba, Beatriz; Rodríguez Virgili, Jordi; & Rodríguez Rodríguez, Jorge Miguel. (2025). Proyectos europeos y alfabetización mediática ante la desinformación: estrategias para la transferencia de conocimiento en el Programa Horizonte 2020. *ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 23(1): e2247. <https://doi.org/10.7195/ri14.v23i1.2247>

Resumen

Este estudio examina si los proyectos del Programa Horizonte 2020 han logrado transformar sus resultados de investigación en herramientas digitales efectivas para fortalecer el pensamiento crítico de la sociedad mediante la alfabetización mediática e informacional. Asimismo, identifica las barreras que han obstaculizado este proceso y propone recomendaciones para ampliar su impacto social y optimizar futuros programas europeos. El artículo emplea un enfoque mixto que combina un análisis de contenido de los planes de difusión de doce proyectos del H2020 sobre desinformación, y un análisis cualitativo basado en nueve entrevistas a investigadores de esos proyectos y especialistas en verificación. Los resultados evidencian la falta de estrategias homogéneas y la limitada eficacia de las acciones de difusión, pese a los esfuerzos en redes sociales, eventos y colaboraciones. Además, muchas herramientas tecnológicas están dirigidas a periodistas y educadores, dejando en segundo plano al público general. A pesar de sus aportes al ámbito académico, la transferencia de conocimiento continúa siendo un reto que limita los avances hacia el objetivo del Programa H2020 de combatir la desinformación.

Palabras clave

Educomunicación; Desinformación; Herramientas digitales; Horizonte 2020; Pensamiento crítico; Unión Europea.

Abstract

This study examines whether Horizon 2020 projects have succeeded in transforming their research outcomes into effective digital tools aimed at strengthening society's critical thinking through media and information literacy. It also identifies the barriers that have hindered this process and proposes recommendations to enhance its social impact and optimize future European programs. The article adopts a mixed-method approach, combining a content analysis of the dissemination plans of twelve H2020 projects on disinformation with a qualitative analysis based on nine interviews with project researchers and verification experts. The findings reveal a lack of standardized strategies and the limited effectiveness of dissemination activities, despite efforts through social media, events, and collaborations. Furthermore, many technological tools are directed at journalists and educators, leaving the general public in a secondary role. Despite their academic contributions, knowledge transfer remains a challenge that constrains progress toward the objective of the H2020 Program to combat disinformation.

Keywords

Educommunication; Disinformation; Digital tools; Horizon 2020; Critical thinking; European Union.

Resumo

Este estudo examina se os projetos do Programa Horizonte 2020 conseguiram transformar seus resultados de pesquisa em ferramentas digitais eficazes para fortalecer o pensamento crítico da sociedade por meio da alfabetização midiática e informacional. Além disso, identifica as barreiras que dificultaram esse processo e propõe recomendações para ampliar seu impacto social e otimizar futuros programas europeus. O artigo adota uma abordagem mista, combinando uma análise de conteúdo dos planos de disseminação de doze projetos do H2020 sobre desinformação, com uma análise qualitativa baseada em nove entrevistas com pesquisadores desses projetos e especialistas em verificação. Os resultados evidenciam a ausência

de estratégias homogêneas e a eficácia limitada das ações de disseminação, apesar dos esforços em redes sociais, eventos e colaborações. Ademais, muitas ferramentas tecnológicas são direcionadas a jornalistas e educadores, relegando o público em geral a um papel secundário. Apesar de suas contribuições acadêmicas, a transferência de conhecimento continua a ser um desafio que limita os avanços em direção ao objetivo do Programa H2020 de combater a desinformação.

Palavras-chave

Educomunicação; Desinformação; Ferramentas digitais; Horizonte 2020; Pensamento crítico; União Europeia.

1. Introducción

La sociedad ha experimentado en la última década un cambio significativo en la escala y velocidad del impacto de la desinformación. Internet y las redes sociales han creado un ecosistema donde los contenidos falsos se camuflan como verdades y a la vez vertebran las estrategias de comunicación contemporáneas (Astudillo, 2024; Mazur & Chochia, 2022). La desinformación busca la manipulación política, el incremento de la polarización, la desestabilización social o el beneficio económico. Estos objetivos genéricos se advierten en múltiples contextos y diferentes intensidades (McKay & Tenove, 2021).

El impacto de este fenómeno genera duda, temor o controversia en torno a cualquier información –económica, política, social, sanitaria, etc.–, y polariza a la ciudadanía, refuerza creencias sesgadas, fomenta la desconfianza institucional y manipula emocionalmente decisiones electorales (Freelon & Wells, 2020; De-Saint-Laurent et al, 2022).

Ante este panorama, la alfabetización mediática e informacional (AMI), definida por la UNESCO (2020) como “una competencia central para abordar la desinformación”, que “contribuye al acceso a la información, la libertad de expresión, la protección de la privacidad, la prevención del extremismo violento, la promoción de la seguridad digital y la lucha contra el discurso de odio y la desigualdad”, cobra especial relevancia (Bustos-Díaz & Martín-Vicario, 2024, p. 2).

La alfabetización mediática es la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear mensajes mediáticos en diversos contextos y formatos (Aufderheide, 1993;

Livingstone, 2004). Implica habilidades de pensamiento crítico que permiten a las personas interpretar el contenido mediático de forma reflexiva y consciente, distinguiendo entre diferentes tipos de medios y comprendiendo los procesos que hay detrás de la producción mediática (Sádaba & Salaverría, 2023). En definitiva, se trata de formar a la audiencia en conductas o hábitos para mejorar su consumo informativo.

La Unión Europea destinó 77.028 millones de euros al Programa Marco Horizonte 2020 (2014-2020) para impulsar la excelencia científica, el liderazgo industrial europeo y enfrentar retos sociales y digitales, incluida la desinformación, aún incipiente. Plataformas tecnológicas, anunciantes, expertos y otros agentes colaboraron para fortalecer la alfabetización mediática y garantizar una participación democrática informada (García-Roca & de-Amo, 2023).

No obstante, el compromiso formal de la UE se consolidó en 2017, tras las elecciones estadounidenses y el Brexit, con la creación del Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre desinformación (HLEG, 2018), cuyo informe orientó políticas públicas (HLEG, 2018; Becerra-Basterrechea, 2022). En 2019, de cara a las elecciones al Parlamento Europeo, se lanzó el Plan de Acción contra la Desinformación, basado en cuatro pilares:

1. Mejorar la capacidad institucional para detectarla, analizarla y exponerla
2. Reforzar respuestas coordinadas
3. Movilizar al sector privado
4. Aumentar la capacidad de respuesta social

1.1. Evaluación del Plan de Acción contra la desinformación

En 2020, el Tribunal de Cuentas Europeo realizó una auditoría para evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos por el Plan de Acción europeo contra la desinformación de 2018. Determinó que el Plan “resultó pertinente en su concepción, pero incompleto”, pues, aunque respondía a la necesidad de involucrar a instituciones europeas, Estados miembros, investigadores, verificadores, profesionales de la comunicación y sociedad civil, entre otros; no definió su coordinación. Por lo tanto, a pesar de que la UE contempló la transversalidad y el alcance, no logró converger los esfuerzos de cada uno de los implicados (Tribunal de Cuentas Europeo, 2021, p. 15).

Concretamente, los investigadores, agentes de transformación social desde la academia, y los verificadores de datos, encargados de contrastar informaciones en los medios de comunicación, desempeñan un papel clave en la implantación de proyectos europeos contra la desinformación. Los primeros aportan análisis críticos, metodologías rigurosas y promueven redes de conocimiento interdisciplinarias que permiten comprender el impacto social de la desinformación; los segundos intervienen directamente en el ecosistema digital mediante herramientas tecnológicas, protocolos de verificación y una amplia presencia en redes sociales y plataformas de mensajería. Su acción complementaria facilita la detección de narrativas falsas, e impulsa estrategias educativas para fortalecer la alfabetización mediática, la participación ciudadana y la resiliencia democrática frente a discursos engañosos (Martínez-Madrigal, et al., 2022; Tejedor & Sancho-Ligorred, 2023).

La auditoría también señaló que el Plan de Acción carecía de una estrategia global de alfabetización mediática y que las iniciativas de la UE y los Estados miembros no estaban coordinadas, lo que redujo su impacto social (Tribunal de Cuentas Europeo, 2021, p. 42). Añade que “la mayoría de los proyectos analizados produjeron resultados tangibles, pero muchos no demostraron una escala y alcance suficientes”. De hecho, se observó que los resultados más positivos se habían desarrollado sobre la base de iniciativas anteriores (2021, p. 43).

No se detectó ninguna intención de compartir aquellas prácticas digitales efectivas ni de establecer un marco de evaluación eficiente para medir el impacto de las herramientas desarrolladas. Esto preocupa porque “un marco de este tipo resulta fundamental para el desarrollo a largo plazo de la resiliencia social, ya que garantiza que las lecciones aprendidas influyan en las acciones, políticas y estrategias futuras” (Tribunal de Cuentas, 2021, p. 46).

En un contexto más amplio, estas deficiencias reflejan un problema institucional: la ausencia de una estrategia clara y unificada, con consecuencias directas en la sociedad y su alfabetización mediática (Seijas; 2020).

1.2. Desinformación en el Programa H2020

A través de programa Horizonte 2020, se convocaron proyectos específicos para investigar la desinformación e indagar cómo se genera, difunde y recibe; y se animó a

investigadores y profesionales a colaborar en el desarrollo de herramientas digitales y estrategias para mitigarla y ayudar a la sociedad a identificarla. Incluía tecnologías, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, para detectar patrones de desinformación y desarrollar campañas de AMI. Por tanto, el Programa H2020 premiaba la contribución académica a compartir conocimiento y difundirlo a la sociedad.

Ello es coherente con la tercera misión de la universidad, reconocida como función por la Ley de la Ciencia, que es la transferencia; es decir, devolver a la sociedad el conocimiento generado para resolver problemas y mejorar sus entornos (García-Gordillo et al., 2025). La transferencia de conocimiento comprende “aquellas actividades ligadas a la generación, aplicación, uso y explotación de la tecnología y el conocimiento de la universidad fuera del entorno académico, mediante la interacción con el resto de la sociedad” (Galindo et al., 2011, p.114). No se limita a la mera publicación académica, sino que implica convertir la investigación en soluciones tangibles con impacto (Genaut-Arratibel et al., 2022). Implica generar valor social mediante interacciones colaborativas, consultorías, proyectos conjuntos o la puesta en marcha de entornos innovadores que permitan aplicar conocimiento a problemáticas reales (Perkmann et al., 2013).

En consecuencia, la transferencia de conocimientos sobre desinformación y la alfabetización mediática se vinculan estrechamente porque comparten el objetivo de formar individuos informados, comprometidos y capacitados. Al transferir a la sociedad los hallazgos de las investigaciones, incluyendo el uso de tecnologías, se concientiza a los ciudadanos y se les capacita para acceder, analizar, evaluar y producir diversos contenidos (Chandra, 2019).

La batalla continúa abierta y la preocupación de las instituciones se ha incrementado. De hecho, la desinformación representa el principal riesgo mundial en los próximos años, según el informe anual sobre riesgos globales del Foro Económico Mundial (FEM, 2025). Ante esta situación, consideramos pertinente revisar y analizar las estrategias de difusión de los proyectos europeos, como medios imprescindibles para lograr el impacto y la transferencia de conocimiento, para que la sociedad pueda combatir la desinformación con las herramientas que proponen los proyectos.

Bajo esta premisa, Sádaba y Salaverría (2023, p. 27) destacan la importancia de educar a la población en competencias mediáticas para defenderse de los bulos que recibe cada vez con más frecuencia y sofisticación. Aunque las

instituciones se fortalezcan y traten de proteger a los ciudadanos, estos deben prepararse para afrontar posibles campañas de desinformación que la UE no logre erradicar.

Por todo ello, este estudio profundiza en si los hallazgos obtenidos se traducen en mecanismos o herramientas tecnológicas efectivas para fortalecer el pensamiento crítico de la sociedad a través de la alfabetización mediática, ayudándola a distinguir entre información veraz y falsa. Además, explora las razones -de la mano de los propios investigadores de los proyectos analizados- que lo han impedido y, en consecuencia, permite ofrecer recomendaciones para mejorar el alcance social de iniciativas similares en el futuro y reforzar aspectos concretos en el ámbito europeo.

Si bien Sánchez-González et al. (2024) analizaron las acciones de transferencia desarrolladas por proyectos de investigación españoles e internacionales con sede institucional en la península ibérica focalizados en la desinformación, esta investigación se centra en analizar doce proyectos europeos financiados bajo el H2020. Este interés se concreta en las siguientes preguntas de investigación:

- Pregunta 1: ¿Qué estrategias emplean los proyectos seleccionados del Programa Horizonte 2020 para difundir sus avances y resultados?
- Pregunta 2: ¿Cuáles de estas estrategias de difusión deben mantenerse o modificarse para favorecer una transferencia efectiva que genere impacto social y mejore la alfabetización mediática?

La hipótesis se basa en que las estrategias de difusión de los proyectos del Programa H2020 sobre desinformación permiten una transferencia inicial de conocimiento, pero no alcanzan la eficacia necesaria para impulsar la alfabetización mediática a gran escala, lo que dificulta el cumplimiento del objetivo fundamental del programa: que la ciudadanía pueda combatir la desinformación.

2. Material y métodos

El estudio adopta un enfoque cualitativo exploratorio, combinando un análisis de contenido de la documentación de proyectos financiados por el H2020 con

entrevistas semiestructuradas a miembros de los proyectos y profesionales de la verificación. Este análisis profundiza en un primer estudio sobre ‘El desafío de la Unión Europea ante la desinformación: análisis y balance de los proyectos europeos financiados en el marco del Programa Horizonte 2020’ (Molina-Lomba et al., 2023). La presente investigación se desarrolló en diferentes fases:

- Primera: se corroboró que la muestra extraída en el primer trabajo continuaba siendo representativa y, por tanto, válida. Los trece proyectos analizados en 2023, que aparecen en la Tabla 1, se seleccionaron con cuatro criterios, que en esta segunda fase de la investigación también debían cumplirse: formar parte del H2020; perseguir como objetivo central o secundario combatir la desinformación; haber finalizado el proyecto; y tener publicados en la página de la UE los informes de resultados.

Tabla 1. *Proyectos del Programa Horizonte 2020 que conformaban la muestra inicial*

Siglas del proyecto	Nombre del proyecto
SOMA	Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis
Provenance	Providing Verification Assistance for New Content
SocialTruth	Open Distributed Digital Content Verification for Hyper- connected Sociality
EUNOMIA	User-oriented, secure, trustful & decentralized social media
WeVerify	Wider and enhanced verification for you
Co-Inform	Co-creating misinformation-resilient societies
Fandango	Fake news discovery and propagation from Big Data analysis and artificial intelligence operations
InVID	In Video Veritas – Verification of social media video content for the news industry
QUEST	Quality and effectiveness in science and technology communication
TRESCA	Trustworthy, reliable, and engaging scientific communication approaches
MIRROR	Migration-related risks caused by misconceptions of opportunities and requirements
COMPROP	Computational Propaganda: Investigating the impact of algorithms and bots on political discourse in Europe
LEMAN	Deep learning on manifolds and graphs

Fuente: *‘El desafío de la Unión Europea ante la desinformación: análisis y balance de los proyectos europeos financiados en el marco del Programa Horizonte 2020’, 2023.*

Se detectó que uno de los trece proyectos de la muestra final no cumplía con los criterios establecidos. Al revisar la base de datos de la *Comisión Europea Cordis EU research results*, se localizó una variación en el plazo de finalización del proyecto LEMAN, que había cambiado del 30 de septiembre de 2022 al 30 de septiembre de 2023, y los informes de resultados no estaban publicados. Para corroborar que el cambio era ajeno a la investigación, se optó por doble comprobación: se revisó la última actualización de la web (julio de 2023), y la ficha técnica descargada en 2022, momento en el que se realizó el primer estudio. Este documento, junto a la web, revelaba que, en un inicio, la fecha de finalización era 2022, pero que la Comisión la amplió hasta 2023.

En consecuencia, la muestra queda conformada por doce proyectos finalizados con los informes de resultados publicados. Los proyectos seleccionados son: SOMA, Provenance, SocialTruth, Eunomia, WeVerify, Co-Informe, Fandango, InVID, QUEST, TRESCA, MIRROR y COMPROP.

- Segunda: Una vez determinada la muestra final, se procedió a un análisis de contenidos de fuentes documentales y digitales. Primero, se estudiaron los planes de difusión de los proyectos. Estos, que agrupan las acciones emprendidas para dar a conocer los proyectos digitales, hacían referencia al informe sobre Ciencia por y para la Sociedad de la Comisión Europea (2017), donde se establece que los proyectos financiados por la UE deben diseñar una estrategia integral para conectar la agenda investigadora con los retos sociales emergentes y la difusión del conocimiento derivado de la innovación (Gertrudix et al., 2020, p. 3).

Para garantizar un análisis representativo, se recopilamos manualmente datos adicionales no incluidos en los planes, mediante redes sociales y webs de cada proyecto. En consecuencia, las cifras presentadas reflejan una realidad aproximada y no absoluta.

- Tercera: Para contextualizar los datos obtenidos en el análisis cualitativo, el estudio se complementó con entrevistas en profundidad a integrantes de los proyectos y a profesionales especializados en verificación de datos. Esta metodología permite recopilar información sobre un tema específico, combinando conocimiento teórico y experiencia práctica (Varguillas-Carmona y Ribot-de-Flores, 2007, p. 250).

Se contactó con los equipos de investigación de los doce proyectos, de los cuales cinco accedieron a participar (42%), aportando su visión sobre la difusión de sus proyectos. Para ampliar la perspectiva sobre la alfabetización mediática, se realizaron entrevistas a cuatro profesionales de verificación de

tres de las principales plataformas españolas: Maldita.es, Newtral y Salud Sin Bulos. Estos desempeñan un papel clave al validar información y aportar su experiencia en alfabetización mediática y uso de herramientas digitales. Las entrevistas se realizaron online, con una duración aproximada de 35 minutos, y se dividieron en dos grupos: personal investigador y *fact-checkers*. Esto permitió diseñar cuestionarios específicos, que exploraron desde dos perspectivas complementarias si las estrategias de comunicación de los proyectos europeos fomentan el pensamiento crítico y qué aspectos podrían mejorarse (cuestionarios disponibles bajo solicitud). Las respuestas se codificaron según la Tabla 2, garantizando el anonimato de los participantes.

Tabla 2. *Tabla de codificación para las entrevistas en profundidad*

Miembros del equipo de investigación		Profesionales verificadores	
Investigador 1	A1	Profesional 1	B1
Investigador 2	A2	Profesional 2	B2
Investigador 3	A3	Profesional 3	B3
Investigador 4	A4	Profesional 4	B4
Investigador 5	A5		

Fuente: *Elaboración propia.*

2.1. Transparencia y consideraciones éticas de la investigación

Este estudio se desarrolló conforme a los principios de transparencia metodológica y rigor ético, en línea con las recomendaciones internacionales para investigaciones en Ciencias Sociales. El diseño metodológico y el protocolo de recopilación y análisis de datos fueron aprobados por el Comité de Ética de la Universidad de Navarra, asegurando protección de derechos, privacidad, anonimato, y cumplimiento de la normativa sobre protección de datos personales.

Las personas entrevistadas recibieron información detallada sobre los objetivos, alcances y posibles implicaciones de su participación en la investigación. Todas otorgaron su consentimiento informado por escrito, autorizando la grabación y análisis de sus aportaciones, garantizando el uso anónimo y exclusivamente académico de la información recopilada.

Por la naturaleza exploratoria y cualitativa de este estudio, no se realizó un prerregistro formal del diseño ni del plan de análisis en plataformas de registro abierto. No obstante, el proceso de definición de dimensiones, categorías y codificación de datos se documentó internamente, asegurando coherencia entre objetivos, marco teórico y evidencias empíricas recopiladas (codificación disponible bajo solicitud). Esta flexibilidad metodológica responde a las características propias de la investigación cualitativa, y de análisis de transferencia tecnológica en contextos complejos como el de los proyectos europeos de alfabetización mediática y lucha contra la desinformación (Martínez, 2024; Bogers, et al., 2018).

3. Resultados

Para cumplir con los requisitos de la UE, los proyectos del Programa H2020 tuvieron que presentar un plan con las acciones de difusión previstas. Durante el desarrollo del proyecto, la Comisión Europea exigió seguimiento continuo; y, antes de finalizar, un informe de actividades realizadas.

Las acciones son clave para transferir conocimiento y proporcionar a la sociedad herramientas tecnológicas que fortalezcan su alfabetización mediática. No obstante, las personas entrevistadas estimaron que entre un 5% y un 12% del presupuesto de cada proyecto se destinó al plan de difusión, considerando que los 13 proyectos seleccionados en este análisis recibieron, en conjunto, un total de 32.545.083,65 euros (Molina-Lomba et al., 2023).

Para el análisis de contenidos, se agruparon las diferentes acciones de transferencia de conocimiento en las siguientes categorías: canales de difusión, organización y participación en eventos, publicaciones académicas, impactos en medios de comunicación, colaboraciones con otros proyectos y herramientas tecnológicas desarrolladas.

3.1. Canales de difusión

Los planes de divulgación revelan que los proyectos destinan gran parte de sus esfuerzos a difundir los avances a través de diversos canales. La Tabla 3, que incluye todas las plataformas asociadas a cada proyecto, muestra que once de los doce proyectos analizados cuentan con al menos un perfil activo en redes sociales

como X, LinkedIn, Facebook o YouTube, entre otras. Entre estas, X se destaca como la plataforma utilizada de manera unánime por todos. Además, se observa que 5 de los 12 proyectos han superado los mil seguidores en sus cuentas oficiales de X.

Tabla 3. Datos recogidos en el primer semestre de 2024 sobre los canales de difusión de los proyectos

Proyectos	Pág. web	Seguidores en RRSS	Ediciones newsletter	Posts en blog	Material audiovisual	Material gráfico
SOMA	Sí	X: 1.790	–	Más de 60	4 vídeos	–
		LinkedIn: 1.515				
		YouTube: 38				
Provenance	Sí	X: 303	–	49	–	–
		LinkedIn: 14				
		Facebook: 40				
SocialTruth	Sí	X: 202	5	44	2 vídeos	2 carteles
		LinkedIn: 107				
		Facebook: 101				
EUNOMIA	No activa	X: 391	6	22	13 vídeos	6 carteles
WeVerify	Sí	X: 3.063	–	10	36 vídeos	–
		YouTube: 285				
		SlideShare: 6				
Co-Inform	Sí	X:1.186	6	–	33 vídeos	2 carteles
		LinkedIn: 192				
		Facebook: 1.507				
Fandango	No activa	X: 177	3	–	–	1 folleto 1 banner
InVID	Sí	X: 4.852	3	–	–	2 folletos
QUEST	Sí	X: 1.529	8	61	21 vídeos	–
		LinkedIn: 427			6 podcasts	
		Facebook: 731				
		YouTube: 14				
TRESCA	Sí	X: 854	–	12	1 vídeo	–
		YouTube: 15				
MIRROR	Sí	X: 415	3	15	11 vídeos	–
		LinkedIn: 561				
		YouTube: 14				
COMPROP	Sí	X: 7.269 (no tiene cuenta propia)	–	–	–	–

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de informes, webs y redes sociales.

No obstante, la popularización en estas plataformas no garantiza transferencia efectiva de conocimiento a la sociedad. Es más, A1 apunta que la comunidad de seguidores de su proyecto pertenece a la esfera profesional o académica. Esto puede implicar una tecnificación del lenguaje utilizado en las publicaciones, que complica despertar el interés del ciudadano no iniciado. COMPROP no dispone de datos propios, ya que sus acciones se realizaron a través de los canales de difusión de DEMTECH, empresa especializada en innovación abierta.

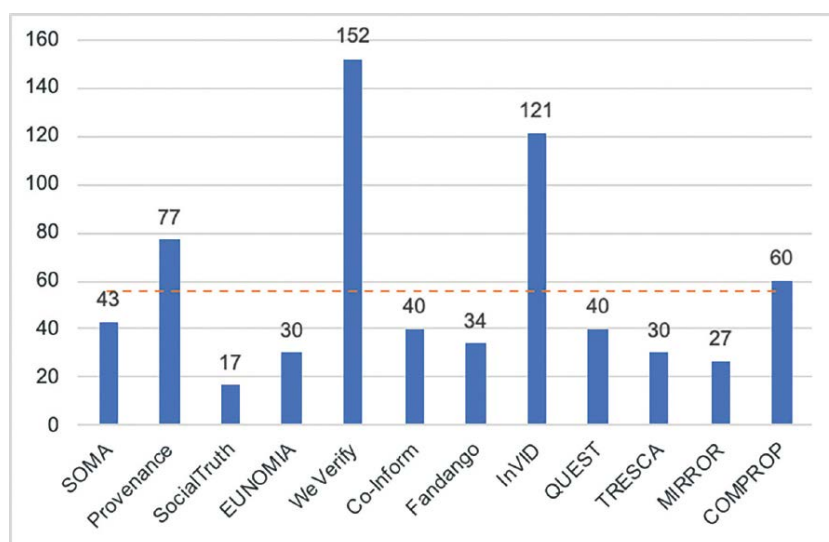
La Comisión Europea establece una serie de objetivos dependiendo de la convocatoria de cada proyecto. En el caso de A2, se abordaron desde una perspectiva técnica. Es decir, su mayor interés versaba en dar a conocer la herramienta digital desarrollada científicamente. Como a su equipo no le interesaba popularizar la plataforma, decidieron realizar las acciones de diseminación suficientes para completar el proyecto. Sin embargo, sí reconoce que, de cara a la sociedad, los resultados no fueron tan exitosos. En contraposición, A3 señala que dichas herramientas “alcanzan la esfera social de manera indirecta” y que es importante considerar a la ciudadanía.

3.2. Eventos

Otro aspecto destacado es la organización y participación en talleres, cursos, presentaciones y seminarios web, que, según A3, jugaron un papel fundamental durante la pandemia.

El Gráfico 1 evidencia que los doce proyectos analizados han protagonizado una media de 56 actos ($m=56$). No obstante, WeVerify e InVID sobresalen, con participaciones en 150 y 121 ocasiones, respectivamente. En este sentido, A2 señala que su proyecto estaba dirigido a estudiantes; por lo que, para asegurar una interacción de calidad y cifras específicas para manejar en términos de análisis, optaron por reducir el número de eventos organizados. A5 aclara que, aunque los eventos de su proyecto no excluían al ciudadano común, estaban dirigidos principalmente a profesionales.

Los miembros de los equipos de A4 y A5 señalaron que las convocatorias europeas bajo las que se amparan los proyectos analizados en esta investigación buscaban dotar de conocimiento y herramientas digitales a la primera línea de

Gráfico 1. *Eventos organizados en los que han participado los proyectos*

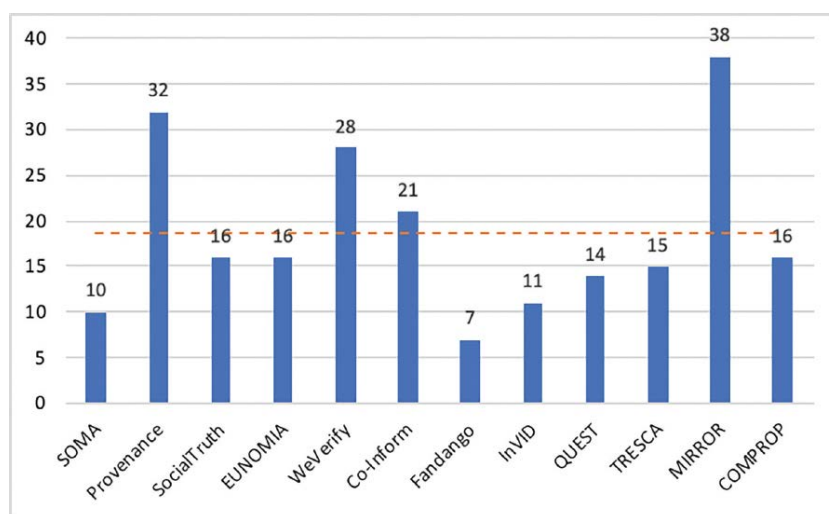
Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de informes, webs y redes sociales.*

batalla que lucha contra la desinformación, los profesionales de la comunicación, y no tanto a la sociedad. “Estábamos al comienzo de esta lucha intensiva y era importante equipar a los profesionales para que actuaran más rápidamente y entendiesen lo que estaba pasando”, explica A3, y añade que el enfoque adoptado era el correcto en ese momento.

Por su parte, A4 destacó que los eventos de su proyecto estaban orientados a la comunidad científica europea, cuyas diferencias culturales y lingüísticas dificultaron el alcance hacia el público general. También reconoce que hubiese sido necesario organizar más actos con personas externas; pero, para ello, necesitaban un mayor presupuesto que les permitiese incorporar personas expertas en eventos.

3.3. Publicaciones científicas

Además de la difusión social, A4 señala que la UE exige a cada proyecto la publicación de artículos académicos para enriquecer la comunidad científica. Como datos relevantes que recoge el Gráfico 2, los proyectos publicaron una media de 18,67

Gráfico 2. *Publicaciones científicas vinculadas a cada proyecto*

Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de informes, webs y redes sociales.*

artículos ($m=18,67$), destacando MIRROR como el que más publicaciones realizó, con un total de 38; y Fandango como el que menos, con 7.

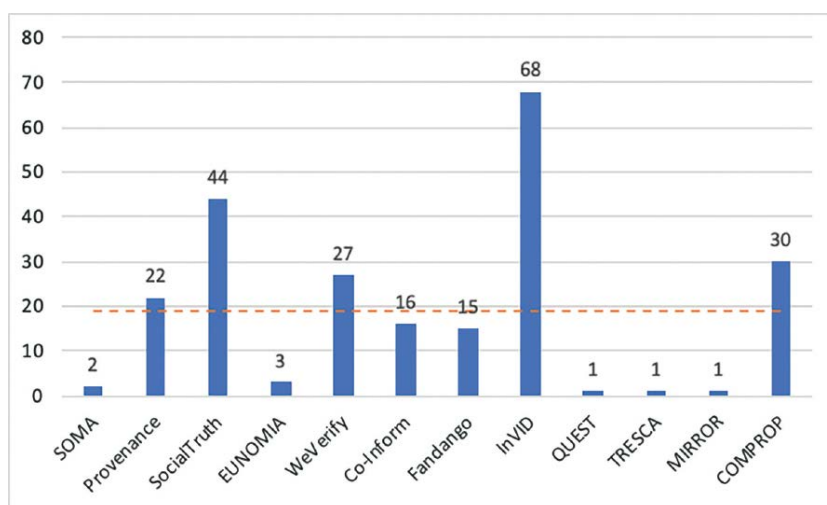
Los profesionales de la verificación entrevistados coinciden en que la Universidad y la Academia desempeñan un papel fundamental en la lucha contra la desinformación, aunque que el ritmo habitual de publicaciones científicas limita una rápida difusión. Es decir, reconocen las aportaciones de los proyectos a través de las revistas académicas, pero los tiempos de publicación restan eficacia a la transmisión de conocimientos. En muchas ocasiones, consideran que la contribución de los artículos académicos es un respaldo científico a cuestiones que los profesionales ya conocían o intuían.

Sumado a ello, B3 añade que la metodología empleada por la Universidad y su amplia experiencia en ciencia experimental brinda un valor real a la investigación, la cual, a su juicio, perdería impacto sin los datos que las plataformas de *fact-checking* proporcionan; ya que son esenciales para orientar al aparato de investigación académica hacia los temas más pertinentes. B4 expresa que la colaboración entre entidades es imprescindible; sin embargo, en su caso, casi ninguna universidad se ha acercado para trabajar en conjunto. En definitiva, sostiene que cada actor lucha contra la desinformación por su cuenta, lo que dificulta un impacto significativo.

3.4. Medios de comunicación

A pesar del auge de las redes sociales, los medios de comunicación continúan siendo un gran aliado para conectar con la sociedad. El Gráfico 3 revela que los proyectos tuvieron una media de 19,16 impactos ($m=19,16$). De nuevo, resulta llamativo la heterogeneidad de los datos, lo que plantea varias cuestiones: no todos los proyectos han dado la misma relevancia a la difusión en medios; los propios medios no encuentran interés en los proyectos; o los impactos no se encuentran disponibles en formato web.

Gráfico 3. Impactos en medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de informes, webs y redes sociales.

Los investigadores entrevistados coinciden en que han mantenido buena relación con ellos. A1 apunta que “los medios nos ayudaron a llegar a la comunidad profesional, más que a los ciudadanos”. Y continúa: “Sin embargo, intentábamos mostrarles lo más relevante y útil para que lo comunicaran a su audiencia general”.

A2 estima que entre un 5% y un 6% de los esfuerzos de su equipo se destinaron a la difusión. En términos de tiempo, considera que se dedicó más del que debería, ya que como persona investigadora asumió gran parte de la atención a medios. De esta manera, destaca la importancia de contar con equipos multidisciplinares que integren profesionales de la comunicación, cuyo trabajo esté centrado en dar a conocer el proyecto. Esta petición coincide con la de los *fact-checkers*.

En el caso de A4, considera que, a pesar de que uno de sus *partners* se dedicaba exclusivamente a comunicar a la sociedad los avances, el interés continuaba estando en la comunidad científica y profesional, y el impacto en la sociedad no fue el deseado. Una afirmación que ratifican A1 y A2, quienes también contaron con socios en comunicación.

3.5. Colaboración con otros proyectos

Cada proyecto ha establecido relaciones de cooperación con otros consorcios, acciones que, desde una perspectiva estratégica, contribuyen a fomentar el progreso científico y tecnológico, objetivo fundamental de la UE.

Desde el punto de vista de A1, la colaboración resulta de gran utilidad, ya que permite construir vínculos para intercambiar conocimientos de interés mutuo. Junto a A4, reconoce que, gracias a estas alianzas, logran que la audiencia de cada proyecto conozca también otros y, de esta manera, potenciar la visibilidad de sus avances; tal y como perseguía la colaboración TRESCA-RETHINK (ver Tabla 4), que culminó con la realización de un evento final conjunto.

Tabla 4. *Proyectos más conocidos con los que han colaborado*

Proyectos	Colaboraciones
SOMA	Truly Media, AI4DIGNITY, Provenance, SocialTruth, Eunomia, Co-Inform y Fandango
Provenance	SOMA y WeVerify
SocialTruth	SOMA, WeVerify, EUNOMIA
EUNOMIA	ARTICONF, HELIOS, Provenance, SocialTruth, SOMA, Co-Inform y WeVerify
WeVerify	Provenance, EUNOMIA, InVID y Truly Media
Co-Inform	EUNOMIA, SOMA y EMO
Fandango	SOMA, MediaFutures, AI4Media y EMO
InVID	WeVerify
QUEST	INJECT, Global Alliance for Media Innovation, Rethink, Concise y TRESCA
TRESCA	RETHINK, GlobalSCAPE, CONCISE, QUEST, NEWSERA, ENJOI, TRESCA, PARCOS e Iberifier
MIRROR	CRITERIA, The EU-project Perceptions, The Cooperativa Finis Terrae, The EU-project, ITFLOWS y DISKOW
COMPROP	InfoActivism y OxTECH

Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de informes, webs y redes sociales.*

La Tabla 4 evidencia la formación de alianzas entre los doce proyectos seleccionados. En particular, sobresale el proyecto SOMA, que ha colaborado con hasta cinco de ellos, demostrando un alto nivel de cooperación e intercambio estratégico. Por otro lado, los proyectos del Programa H2020 no solo han colaborado entre sí, sino también con entidades externas, como refleja la tabla 4. En el caso de A2, su proyecto estableció una alianza con una destacada plataforma de periodismo social que contribuyó activamente al lanzamiento de uno de sus pilotos.

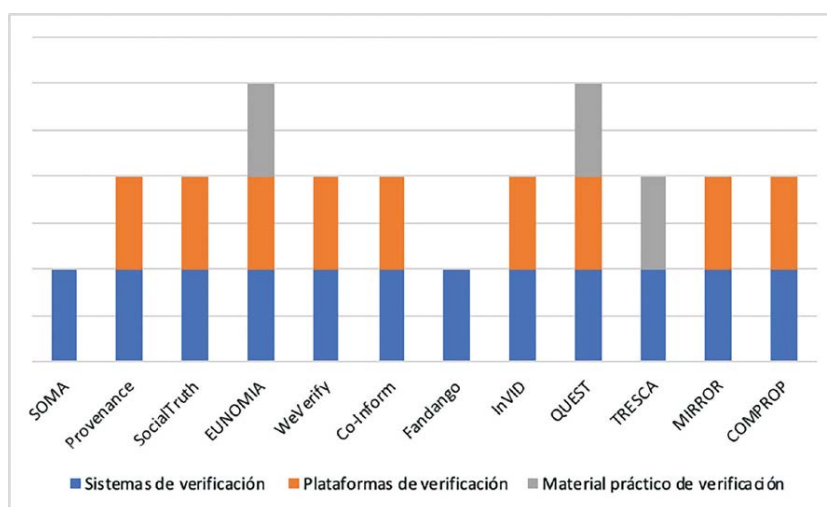
En cuanto al éxito de estas alianzas, A3 destaca que la iniciativa lanzada por su proyecto, en colaboración con otro de los doce analizados, se ha convertido en “una herramienta ampliamente utilizada, que, al final del proyecto, era empleada por más de 50.000 profesionales en todo el mundo”; por lo que se podría determinar que la colaboración fue uno de los factores clave para aumentar su alcance en la comunidad profesional.

De igual manera, A4 explica que las colaboraciones pueden dar lugar a iniciativas que continúan a través de nuevos proyectos, lo que evita que los avances desaparezcan cuando estos finalizan; dinámica clave en la lucha contra un fenómeno que crece y se diversifica.

3.6. Herramientas tecnológicas

Los resultados de los proyectos representan los mecanismos que permiten a la sociedad desarrollar su alfabetización mediática y minimizar el impacto de la desinformación en su cotidianidad. A3 señala que “la forma más distintiva de contribuir a la lucha contra la desinformación es a través de herramientas, pero herramientas realmente útiles”. El Gráfico 4 agrupa en tres categorías las iniciativas de los proyectos, registradas en los planes de difusión, webs y redes sociales.

En lo relativo a los sistemas de verificación, entre los que se incluye *plug-ins*, servicios de detección de información falsa y *widgets*, entre otros, se observa que los doce proyectos (100%) apostaron por desarrollar alguna. Por otro lado, nueve de los doce proyectos (75%) crearon nuevas plataformas como aplicaciones, páginas webs o redes sociales innovadoras. Por último, el gráfico 4 también recoge que los proyectos de EUNOMIA, QUEST y TRESKA (25%) elaboraron manuales de uso para profesionales o cursos de formación, considerados en esta investigación como material práctico.

Gráfico 4. *Iniciativas desarrolladas por los proyectos*

Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de informes, webs y redes sociales.*

A3 destaca que las herramientas desarrolladas por su proyecto abordaban la desinformación en diversos formatos, incluyendo texto, multimedia, imágenes y vídeos. En cuanto a su público objetivo, añade que estas iniciativas estaban destinadas a ayudar a personas especializadas en el campo de la desinformación, al igual que los proyectos de los otros cuatro entrevistados; y, de hecho, apostilla que algunas de éstas fueron útiles “no solo para los profesionales, sino también para personal académico y organizaciones de derechos humanos, entre otros”.

Tras el cierre del proyecto, A4 y su equipo detectaron que dotar a la sociedad de herramientas eficientes era prioritario. Consideran que su proyecto dentro del marco de H2020 fue una investigación preliminar sobre la desinformación que les permitió conocer el campo de estudio y, a partir de ahí, determinar el enfoque adecuado. Por este motivo, explica que su proyecto posterior, que sigue al analizado en este estudio, se centra en la alfabetización mediática de los ciudadanos. Además, cree en la tecnología y en su uso, pero considera que lo más importante es apoyar a las personas, ya que están convencidos de que la forma más efectiva de luchar contra la desinformación es la formación y el empoderamiento de la ciudadanía.

Como profesional de la verificación, B1 reconoce que los *fact-checkers* intentan comprender cómo estas herramientas pueden ayudarles a ser más rápidos y eficien-

tes en su trabajo. Sin embargo, B2 considera que la mayoría de las herramientas destinadas a estos profesionales no se utilizan; puesto que, en su opinión, el usuario final no ha tenido la oportunidad de influir en su desarrollo ni de expresar si son realmente útiles para ellos. Es más, explica que, en el momento en el que les presentan las herramientas que han recibido financiación institucional, se perciben numerosos problemas que habrían sido advertidos con facilidad en el momento del diseño. “Se traduce constantemente en herramientas que se diseñan con la mejor de las voluntades y que no se usan porque el usuario final decide que no le compensa”, señala.

A pesar de ello, según B2, también existen casos de éxito, como el del proyecto InVID. La herramienta desarrollada se utiliza en la plataforma de verificación de la que forma parte. Destaca que ofrece un servicio que antes no estaba al alcance de las redacciones y en la actualidad funciona de manera adecuada. Según explica, InVID se inició en 2016, momento en el que la desinformación empezaba a ganar popularidad, pero, a su parecer, supieron detectar la necesidad y orientar el proyecto hacia el exterior, convirtiendo las avanzadas investigaciones técnicas en útiles para el público general.

4. Discusión

El análisis confirma que todos los proyectos cuentan con planes de difusión, en cumplimiento con los requisitos del Programa H2020. Las estrategias empleadas incluyen principalmente la creación de páginas web, la publicación de informes y materiales de divulgación, la organización de eventos académicos y sociales, así como la presencia activa en redes sociales como X, LinkedIn, Facebook o YouTube. Estas acciones buscan dar visibilidad a los resultados y facilitar la interacción con públicos diversos.

Se observa un modelo difuso y poco estructurado en las actividades de comunicación, con notables diferencias en la implementación. Esta heterogeneidad dificulta la recolección, comparación y evaluación de datos. Aunque las iniciativas se ejecutaron, muestran limitaciones: ausencia de un enfoque estratégico común, escasa adaptación del conocimiento a un lenguaje accesible y escasez de mecanismos para medir eficacia.

Asimismo, se identifican desigualdades en la financiación a la difusión, que oscila entre un 5% y un 12% del presupuesto total, lo que plantea dudas sobre si estos recursos son suficientes para desarrollar estrategias que garanticen una transferencia efectiva de conocimiento. Considerando que el presupuesto total de los proyectos seleccionados alcanza varias decenas de millones de euros, tal y como se indica en 'El desafío de la Unión Europea ante la desinformación: análisis y balance de los proyectos europeos financiados en el marco del Programa Horizonte 2020', la proporción asignada a comunicación puede resultar limitada para alcanzar un impacto significativo (Molina-Lomba et al., 2023).

En cuanto a acciones concretas de difusión, como la actividad en redes sociales, la organización de eventos o la relación con medios de comunicación, parecen responder más a un cumplimiento normativo que a una estrategia eficaz de transferencia de conocimiento. Los verificadores entrevistados coinciden en que la mera existencia de estos canales no garantiza la llegada efectiva del mensaje a la sociedad. Para lograrlo, es fundamental traducir los hallazgos científicos a un lenguaje accesible y comprensible; y contar con profesionales de la comunicación que diseñen y ejecuten estrategias de divulgación efectivas.

Roca-Marín y Pardo-Quiles, apoyándose en datos proporcionados por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), señalan que el bajo interés de la población sobre la ciencia es "una razón más que suficiente para que se plantee el importante reto de establecer metodologías más cercanas y accesibles para llegar a la sociedad" (2023, p. 287).

Por otro lado, se destaca la importancia de fortalecer la colaboración académica entre personas investigadoras, verificadoras y otros actores relevantes. La experiencia recogida demuestra que la integración de equipos multidisciplinares, y la cooperación con plataformas de verificación y medios de comunicación, mejora el impacto social de los proyectos. En este sentido, es recomendable fomentar la creación de redes de trabajo que faciliten la conexión entre la comunidad científica y la ciudadanía.

Finalmente, la continuidad de los proyectos es clave; su financiación permite consolidar las herramientas digitales desarrolladas. Actualmente, los proyectos deben buscar entidades que respalden su operación, mantenimiento y mejora con-

tinua, lo que dificulta su adaptación a la evolución de la desinformación. Esto subraya la necesidad de apoyos sostenibles a largo plazo que aseguren su permanencia y generen un verdadero valor para la comunidad.

5. Conclusiones

La investigación confirma la hipótesis de que, si bien los proyectos del Programa H2020 desarrollaron estrategias orientadas a la transferencia inicial de conocimiento, estas no alcanzan la eficacia necesaria para impulsar la alfabetización mediática a gran escala, lo que dificulta que la ciudadanía pueda combatir la desinformación. Aunque se reconocen los esfuerzos, persisten desafíos en efectividad, alcance y capacidad de los proyectos para fortalecer el pensamiento crítico de la sociedad.

Esta situación genera una percepción de insatisfacción entre las personas investigadoras y profesionales de la verificación, quienes subrayan la necesidad de reforzar la dimensión comunicativa de los proyectos. Una estrategia más sólida de comunicación, basada en transparencia y accesibilidad, permitiría incrementar la transferencia de conocimiento; y contribuir de forma más efectiva a la alfabetización mediática y a la resiliencia democrática frente a la desinformación.

El estudio confirma la relevancia de que la Unión Europea exija la elaboración de planes de comunicación, pero subraya la necesidad de que futuros programas marco avancen hacia una homogeneización institucional del diseño, desarrollo y evaluación de estas estrategias. Una base común serviría de referencia para todos los proyectos, favoreciendo la comparabilidad entre iniciativas, la optimización de la evaluación de impacto y la identificación de buenas prácticas replicables.

Entre las principales limitaciones destaca el desequilibrio de género en la muestra, con solo dos mujeres de nueve personas entrevistadas. Esta baja representación femenina en puestos de liderazgo refleja una problemática ampliamente documentada en el ámbito STEM y en la verificación digital (European Institute for Gender Equality, 2023), que puede afectar a la diversidad de pers-

pectivas en el diseño de herramientas tecnológicas. Asimismo, el acoso digital hacia mujeres periodistas y verificadoras constituye una barrera adicional que restringe su participación activa (Pérez-Pereiro et al., 2024). Aunque este aspecto no constituye el foco central del estudio, resulta relevante para orientar futuras investigaciones.

En conjunto, los resultados indican que los proyectos del H2020 marcaron un punto de partida en la investigación europea sobre desinformación, priorizando el desarrollo de herramientas para profesionales de la verificación y dejando en un segundo plano el fomento directo de la alfabetización mediática de la ciudadanía. Este énfasis inicial puede explicarse por el limitado conocimiento del fenómeno en sus primeras fases, que derivó en una estrategia centrada en dotar a actores especializados de recursos útiles, con un impacto indirecto en la sociedad.

De cara a futuras investigaciones, será fundamental analizar los programas sucesores del H2020, con atención a la evolución de las estrategias de comunicación, la incorporación de mecanismos de transparencia en la gestión de datos, los procesos de evaluación y posibles cambios en la sostenibilidad de los proyectos, así como el fortalecimiento de las acciones orientadas a la alfabetización mediática. Asimismo, se recomienda medir el impacto de los proyectos en la sociedad, mediante análisis estadísticos con software especializado para ampliar y complementar los hallazgos desde otras perspectivas metodológicas, reforzando la solidez y comparabilidad de las conclusiones.

Contribución de los autores

Beatriz Molina-Lomba: Conceptualización; Curación de datos; Análisis formal; Investigación; Metodología; Administración del proyecto; Recursos; Validación; Redacción – borrador original; Redacción – revisión y edición; Supervisión; Adquisición de fondos.

Jordi Rodríguez-Virgili: Conceptualización; Investigación; Metodología; Recursos; Validación; Redacción – revisión y edición.

Jorge-Miguel Rodríguez-Rodríguez: Conceptualización; Investigación; Metodología; Recursos; Validación; Redacción – revisión y edición. Los autores han leído y están de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

Conflicto de intereses

Todos los autores declaran no tener conflicto de interés

Agradecimientos

Esta investigación es fruto de la colaboración entre dos grupos de investigación comprometidos con el estudio de la desinformación: 'Periodismo, Comunicación Política y Democracia' (PerComPolDem) de la Universidad de Navarra y 'Comunicación, Periodismo, Política y Ciudadanía' de la Universidad San Jorge. Agradecemos el intercambio de conocimientos de sus miembros. Este trabajo no ha recibido financiación específica de ninguna institución, ni forma parte de un proyecto de investigación financiado más amplio.

Disponibilidad de los datos

Los datos generados y analizados durante este estudio (entrevistas a investigadores y verificadores) están disponibles previa solicitud razonable a los autores correspondientes. Esto se hace con el fin de garantizar la transparencia del trabajo y respetar las condiciones de confidencialidad de las personas participantes.

Referencias

- Astudillo-Muñoz, Jorge. (2024). Desinformación: aproximación conceptual, riesgos y remedios. *Derecho PUCP*, 93, 55-97. <https://doi.org/10.18800/derechopucp.202402.002>
- Aufderheide, Patricia. (1993). *Media literacy. A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington, DC: Aspen Institute, Communications and Society Program.

- Becerra-Basterrechea, Beatriz. (2022). *El papel disruptivo de la desinformación en la agenda de la Unión Europea. Un análisis de actores, intereses y decisiones*. [Tesis Doctoral, UAM]. Biblos-e Archivo.
- Bogers, Marcel; Chesbrough, Henry; & Moedas, Carlos. (2018). Innovación abierta: investigación, prácticas y políticas. *California Management Review*, 60(2), 5-16. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>
- Bustos-Díaz, Javier; & Martin-Vicario, Lara. (2024). Alfabetización mediática en un mundo hiperconectado: de las redes sociales a la Inteligencia Artificial. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1241>
- Chandra, Vinesh. (2019). *Share Engage Educate: SEEding change for a better world*. Brill.
- Comisión Europea. (2017). *Horizon 2020. Work Programme 2016-2017*. 16. <https://bit.ly/4fDK4gE>
- De-Saint-Laurent, Constance; Murphy, Gillian; Hegarty, Karen; & Greene, Ciara M. (2022). Measuring the effects of misinformation exposure and beliefs on behavioural intentions: A COVID-19 vaccination study. *Cognitive Research*, 7, 87. <https://doi.org/10.1186/s41235-022-00437-y>
- European Institute for Gender Equality. (2023). Gender equality index 2023: Country profiles. European Institute for Gender Equality. <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2023/country>
- Foro Económico Mundial (FEM). (2025, 15 de enero). Informe de Riesgos Globales 2025: Conflictos, medioambiente y desinformación, principales amenazas [Comunicado de prensa]. <https://bit.ly/46TXP8M>

- Freelon, Deen; & Wells, Chris. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), 145–156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- Galindo, Jesús; Sanz, Pedro; & De Benito, Juan José. (2011). La universidad ante el reto de la transferencia del conocimiento 2.0: análisis de las herramientas digitales a disposición del gestor de transferencia. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 17(3), 111-126. [https://doi.org/10.1016/s1135-2523\(12\)60123-3](https://doi.org/10.1016/s1135-2523(12)60123-3)
- García-Gordillo, Mar; Genaut, Aingeru; & Rodríguez Amat, José Ramón. (2025). La transferencia en comunicación, paso final de la investigación. *Textual & Visual Media*, 19(1), 1-4. <https://doi.org/10.56418/txt.19.1.2025.0>
- García-Roca, Anastasio; & de-Amo-Sánchez-Fortún, José Manuela. (2023). La alfabetización mediática e informacional en un contexto de desinformación. *Tejuelo*, 37, 99-128. <https://doi.org/10.17398/1988-8430.37.99>
- Genaut-Arratibel, Aingeru; Suárez-Villegas, Juan-Carlos; & Cantalapiedra, María-José. (2022). "Universities and knowledge transfer in the communication field. Letter". *Profesional de la Información*, 31(6), e310608. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.08>
- Gertrudix, Manuel; Rajas, Mario; Gertrudis-Casado, María-del-Carmen; & Gálvez-de-la-Cuesta, María-del-Carmen. (2020). Gestión de la comunicación científica de los proyectos de investigación en H2020. Funciones, modelos y estrategias. *Profesional de la Información*, 29(4), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.24>
- High level Group on fake news and online disinformation (HLEG). (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation*. European Union. <https://bit.ly/4gHmRuZ>

- Livingstone, Sonia. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7(1), 3-14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Martínez, Carolina. (2024). *La flexibilidad en el proceso de investigación cualitativa: recapitulación sobre el análisis institucional de un programa de alfabetización infantil*. [Ponencia presentada en las XII Jornadas de Sociología]. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Martínez-Madrigal, Jenny-Paola; Puerto-Zabala, Paola-Yesenia; & Présiga-Vargas, Carlos-Alberto. (2022). El docente investigador como factor de transformación de la sociedad: reflexión sobre su papel en la construcción de saberes, su propia práctica y la construcción de redes de conocimiento. *Revista Oratores*, 17, 117-126. <https://doi.org/10.37594/oratores.n17.697>
- Mazur, Viktoria; & Chochia, Archil. (2022). Definition and regulation as an effective measure to fight fake news in the European Union. *European Studies*, 9(1), 15-40. <https://doi.org/10.2478/eustu-2022-0001>
- McKay, Spencer; & Tenove, Chris. (2021). Disinformation as a threat to deliberative democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), 703-717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- Molina-Lomba, Beatriz; Rodríguez-Rodríguez, Jorge-Miguel; & Rodríguez-Virgili, Jordi. (2023). El desafío de la Unión Europea ante la desinformación: análisis y balance de los proyectos europeos financiados en el marco del Programa Horizonte 2020. En Dafonte-Gómez, Alberto y Míguez-González, María-Isabel (coords.), *El fenómeno de la desinformación: reflexiones, casos y propuestas*. (pp. 13-35). Dykinson, S. L.
- Pérez-Pereiro, Marta; Moreno-Gil, Victoria; & Salgado-de-Dios, Francesc. (2024). Gendered disinformation in Spanish-language fact-checking: origin, methodology and perspectives. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(3), 477-487. <https://doi.org/10.5209/emp.96379>

- Perkmann, Markus; Tartari, Valentina; McKelvey, Maureen; Autio, Erko; Broström, Anders; D'Este, Pablo; Fini, Riccardo; Geuna, Aldo; Grimaldi, Rosa; Hughes, Alan; Krabel, Stefan; Kitson, Michael; Llerena, Patrick; Lissoni, Francesco; Salter, Ammon; & Sobrero, Maurizio. (2013). Academic engagement and commercialisation: A review of the literature on university-industry relations. *Research Policy*, 42(2), 423-442. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.09.007>
- Roca-Marín, Delfina; & Pardo-Quiles, Verónica. (2023). Análisis de la idoneidad del microrrelato en la divulgación científica. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 95, 287-299. <https://doi.org/10.5209/clac.74307>
- Sádaba, Charo; & Salaverría, Ramón. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina De Comunicación Social*, 81, 1-17. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Sánchez-González, María; Cea-Esteruelas, Nereida; Sánchez-Gonzales, Hada; & Palomo, Bella. (2024). Transferencia como práctica y misión en proyectos de investigación universitarios sobre desinformación. *Profesional de la información*, 33(3), e330308. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0308>
- Seijas, Raquel. (2020). Las soluciones europeas a la desinformación y su riesgo de impacto en los derechos fundamentales. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 31, 1-14. <https://doi.org/10.7238/idp.v0i31.3205>
- Tejedor, Santiago; & Sancho-Ligorred, Belén. (2023). Cartografía mundial de herramientas, fact-checkers y proyectos contra la infodemia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 933-942. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.87838>
- Tribunal de Cuentas Europeo. (2021). *El impacto de la desinformación en la UE: una cuestión abordada, pero no atajada*. Tribunal de Cuentas Europeo. <http://bit.ly/4h3NawL>
- UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). (2020, November 3). *Seoul Declaration on Media and Information Literacy for Everyone*

and by Everyone: A Defence against Disinfodemics. Seoul: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://bit.ly/48JltqP>

Varguillas-Carmona, Carmen-Siavil; & Ribot-de-Flores, Silvia. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262. <https://bit.ly/4gwqdl1>