

Dra. Leticia RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZ

Universidad de Cádiz, España. leticia.rodriguez@uca.es <https://orcid.org/0000-0002-7472-5472>

Dra. Sara GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ

Universidad Internacional de la Rioja, España. sara.gonzalezfernandez@unir.net. <https://orcid.org/0000-0002-7773-5318>

Dr. Sergio ARCE-GARCÍA

Universidad Internacional de la Rioja, España. sergio.arce@unir.net. <https://orcid.org/0000-0003-0578-9787>

Desinformación sobre procesos electorales en España: el caso de la plataforma Elecciones Transparentes

Disinformation on electoral processes in Spain: the case of the platform Elecciones Transparentes

Fechas | Recepción: 28/10/2024 - Revisión: 24/02/2025 - En edición: 27/02/2025 - Publicación final: 01/07/2025

Resumen

La desinformación sobre procesos electorales es una narrativa recurrente empleada para afectar la confianza de la opinión pública en las instituciones y dañar la estabilidad de las democracias. Este trabajo tiene como objetivo analizar las narrativas y redes de difusión de contenidos de la plataforma Elecciones Transparentes, entidad activa desde 2019, cuya finalidad es desacreditar los procesos electorales en España. Para ello, se realiza un análisis de contenido de sus dos páginas web, tomando como muestra 32 vídeos y 10 documentos descargables. Se añade un análisis de minería de textos y teoría de redes de su canal en Telegram, que recoge todos los mensajes publicados desde el origen de la cuenta hasta enero de 2024, que suponen un total de 1,028 mensajes. A través de esta observación se han identificado además sus redes de conexión, así como las cuentas con las que comparte contenidos. Entre las conclusiones se observa una repetición de narrativas simplistas, sin argumentos sólidos ni datos que tiende a variar en función del formato en el que se presenta, siendo más especulativos en los formatos audiovisuales y más incisivos en los contenidos textuales. Estas narrativas buscan que la ciudadanía asuma el papel de votante-vigilante y, además, impactan a empresas y formaciones políticas.

Palabras clave

desinformación; elecciones; fraude electoral; propaganda digital; Elecciones Transparentes; Telegram; minería de textos; narrativas políticas

Abstract

Disinformation about electoral processes is a recurring narrative used to erode public trust in institutions and destabilize democracies. This study aims to analyze the narratives and content dissemination networks of the Elecciones Transparentes platform, an entity active since 2019 whose primary objective is to discredit electoral processes in Spain. To achieve this, a content analysis was conducted on the platform's two websites, examining a sample of 32 videos and 10 downloadable documents. Additionally, a text mining and network theory analysis was performed on its Telegram channel, which includes all messages published from the account's creation until January 2024, totaling 1,028 messages. This analysis also identified the platform's connection networks and the accounts with which it shares content. The findings reveal a recurring use of simplistic narratives lacking solid arguments or data, which vary depending on the format. Audiovisual content tends to be more speculative, while textual content is more assertive. These narratives encourage citizen participation, portraying voters as watchdogs, and also impact companies and political parties.

Keywords

disinformation; elections; electoral fraud; digital propaganda; Transparent Elections; Telegram; text mining; Political narratives

1. Introducción: la desinformación como riesgo para la democracia

La desinformación es una de las grandes amenazas a las que se enfrentan los sistemas democráticos. La viralidad y globalidad de las campañas de propaganda digital nace de "grupos distintos que hacen las mismas cosas por razones diferentes, dándose con ello una unidad de intereses entre actores que parten de puntos de partida distintos" (Torres-Soriano, 2020). Comunidades que, a priori, podrían parecer inconexas, encuentran en las narrativas desinformativas y en las teorías de la conspiración enfoques alternativos, que contribuyen a extender sus creencias divergentes hacia otras temáticas. Esta fue una de las grandes estrategias de Cambridge Analytica, la empresa que desarrolló algunas de las campañas de desinformación más relevantes como la implementada en el Brexit o en las elecciones presidenciales de EE. UU. en 2016 (Berghel, 2018). Como explica uno de sus creadores, Wylie (2020: 156) "la empresa tenía usuarios que 1) se identificaban como parte de un grupo extremista, 2) era una audiencia cautiva y 3) podían ser manipulados con datos". Los creadores de algunas de las campañas más efectivas de propaganda digital entendieron que a través de pequeños grupos de población descontenta podían extender la narrativa desinformativa. "En la mayoría de los países occidentales, los ciudadanos tienen derecho a la libertad de expresión, que incluye el derecho a estar de acuerdo con la propaganda de naciones hostiles" (p.193). Esta es sin duda una de las bases fundamentales de los sistemas democráticos occidentales, como señala Blanco (2023) "Sin información verdadera no es posible la libertad, y sin libertad no es posible la democracia".

Recientemente, el Foro de Davos publicó el informe Global Risk Report (2024), donde la desinformación, la polarización social y la ciberseguridad se destacan como principales riesgos globales para los próximos años. En el corto plazo, a dos años, la desinformación se posicionó como el primer riesgo global, especialmente debido a los 70 procesos electorales que tendrán lugar en el mundo durante 2024 (Rizzi, 2023). Esta preocupación también ha sido reconocida por las principales empresas tecnológicas. Veinte compañías, incluyendo Microsoft, Meta, Google y Amazon, han firmado un acuerdo para combatir la desinformación en las próximas elecciones de 2024 en todo el mundo, prestando especial atención a aquella generada con Inteligencia Artificial (EFE, 2024).

Por otra parte, la competencia cívica, el conocimiento político (Marciel, 2022), la alfabetización mediática (Sádaba y Salaverría, 2023) así como las actuaciones implementadas por los gobiernos, evidencian notables diferencias y desarrollos en función del país. Finlandia, que destaca por su avanzada alfabetización mediática y digital que engloba en la desinformación cuestiones como el extremismo, el troleo y el acoso en línea. El eje central de sus políticas se ha centrado en generar resistencia en el público en general y en los medios de comunicación. Una alfabetización reforzada por la confianza en su gobierno (Niels y Lars, 2020).

En materia de actuaciones políticas, Francia y Alemania han dado algunos pasos con propuestas de legislación nacional (Saurwein y Spencer-Smith, 2020). En España se ha creado el Foro contra las campañas de desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional definido como "espacio de colaboración público - privada para fomentar el debate y la reflexión sobre el riesgo que suponen las campañas de desinformación para nuestra sociedad" (DSN, 2022).

Cabe destacar que también la propia idiosincrasia de los procesos electorales de cada país puede ser en sí misma una medida preventiva contra la desinformación. En el sistema multipartidista noruego, por ejemplo, es raro que un único partido gobierne en solitario, motivando que las formaciones políticas tengan que trabajar en coalición. Las narrativas de desinformación que apelan a la polarización resultan por tanto menos efectivas (Niels y Lars, 2020).

1.1 Desinformación digital sobre la integridad y el fraude electoral

Las campañas de desinformación digital tienen como objetivo afectar la confianza de la opinión pública en las instituciones y sembrar dudas sobre los procesos democráticos (García-Orosa, 2021). Esta desconfianza, en algunos contextos, se ve acompañada de narrativas populistas, polarizadoras y discursos de odio (Arce-García, 2023). En la última década, se han observado numerosos casos en distintos países del mundo de líderes políticos que han basado sus discursos en torno al fraude electoral. Ejemplos de ello son Donald Trump en EE. UU. (Pérez-Curiel et al., 2021), Jair Bolsonaro en Brasil y Andrés Manuel López Obrador en México. Este argumento, característico de líderes populistas, responde a una estrategia de comunicación en negativo que incluye elementos como el negacionismo y las teorías de la conspiración (Rodríguez-Fernández, 2021). La difusión de estas narrativas puede venir tanto de emisores con cierta autoridad como de sus seguidores y otros agitadores que participan en estos relatos desinformativos.

La coordinación y repetición de modelos y narrativas parece responder a una planificación aplicada en distintos procesos electorales de países con realidades diferentes. Señala Gómez (2023) como durante las elecciones presidenciales en Paraguay en 2023 se identificaron campañas coordinadas

de desinformación sobre temas como una supuesta agenda globalista y fraude electoral. Esta última narrativa, la del fraude electoral, "contribuyó a enrarecer el clima político en la previa y complicó la aceptación de los resultados" (p.518). Esta desconfianza fue la semilla del asalto al Capitolio por partidarios de Donald Trump en enero de 2021 o de la toma del Congreso, la Presidencia y el Supremo de Brasil por parte de los simpatizantes de Jair Bolsonaro.

Entre 2016 y 2022 la desinformación ha crecido exponencialmente y en el 94% de los ataques contra organizaciones, los organismos de gestión electoral eran su objetivo. El principal argumento es el fraude electoral, aunque también las empresas privadas parecen estar en el punto de mira al asegurarse que estas participan activamente en el mismo a través de la tecnología que suministran (Bicu, 2023).

En México, Juárez y Celecia (2023) analizaron el contenido de diez canales de YouTube que difundieron información falsa, manipulada o tendenciosa sobre el Instituto Nacional Electoral (INE), la autoridad electoral encargada de organizar las elecciones federales de México en 2021. Recogen, entre otras cuestiones, como estos canales se presentan como medios de comunicación objetivos, imparciales y "alternativos" frente a los medios tradicionales, y utilizan numerosos elementos comunes como frases sensacionalistas. Señala Monsiváis-Carrillo (2023) que Andrés Manuel López Obrador (AMLO) "es un presidente que ha impulsado una transformación populista del sistema político mexicano mediante la propagación de la desinformación política" (p.154) incorporando entre sus narrativas "que las autoridades electorales han sido cómplices de fraudes electorales, que el costo de las elecciones es excesivo, y que su gobierno tiene el propósito de instaurar una auténtica democracia" (p.154).

1.2 Desinformación sobre el voto por correo en España

Resulta complejo delimitar cuándo comenzó a circular desinformación sobre el voto por correo en España, si bien en 2019 ya se recogen algunas evidencias relevantes. Así, en la campaña electoral del 10-N, algunas páginas web que simulaban ser medios de comunicación publicaron varios contenidos en los que se aseguraba que un error informático había afectado al voto por correo o que una cartera había sufrido un robo de votos. Entre esas publicaciones, con formato de noticia, se indicaba que la Plataforma Elecciones Transparentes llevaría a cabo un recuento de votos paralelo (Rodríguez-Fernández, 2020).

Señalan Paniagua et al. (2020) sobre un estudio de 37 verificaciones de las elecciones de las elecciones generales del 28 de abril de 2019 en España, que 12 de estos contenidos analizados tenían que ver con rumores sobre fraude electoral, "acusando a compañías como Indra o SCYT (adjudicatarias de las comunicaciones de resultados en la jornada electoral) de estar detrás de un «pucherazo»" (p.131).

El verificador Maldita indica que, durante las elecciones a la Comunidad de Madrid del 4 de mayo de 2021, circuló un contenido falso que aseguraba que "desde el año 2016 la Guardia Civil ya no custodia los votos por correo", motivo por el que planteaban que se podría producir fraude electoral. Medida que en realidad nunca ha sido empleada. También durante estos comicios, circuló un mensaje por WhatsApp que aseguraba que habían "falsificado papeletas del PP" incluyendo un candidato que no estaba realmente en las listas: Toni Cantó (Maldita, 2023).

En las elecciones generales del 23 de julio de 2023, Newtral compartió una recopilación con los principales contenidos falsos recogidos, destacando entre ellos el aumento de voto de los residentes permanentes en el extranjero (CERA), errores en las papeletas para votantes inscritos en Guadalajara que viven en el extranjero, así como vídeos en los que se indicaba que en el voto por correo "están todos menos Vox" (Navarro, 2023).

Retomando, como se ha indicado anteriormente, alguno de los primeros contenidos falsos sobre desinformación electoral en España se observa la presencia de la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes, uno de los actores más críticos y complejos. Creada en 2019, ha constituido una organizada estructura de difusión de contenidos, siempre ceñidos a la necesidad de vigilar los procesos electorales. Su actividad ha sido denunciada públicamente por distintos cuerpos de seguridad. Durante la campaña electoral para las elecciones municipales y autonómicas del 28M en 2023, tanto la Comisaría General de Información de la Policía Nacional como el Departamento de Seguridad Nacional denunciaron una campaña organizada de desinformación contra la credibilidad del proceso electoral, articulada en distintos canales digitales. La plataforma figuraba entre sus promotores destacando particularmente el perfil de su fundadora, Pilar Baselga. Se identificaron dos narrativas fundamentales: un supuesto pucherazo basado en la ampliación del censo electoral con inmigrantes o residentes en el extranjero y un pucherazo basado en una manipulación del recuento. Este último argumento se empleó anteriormente, en las elecciones generales de 2016 y 2019, acusando a la empresa Indra (Fernández, 2023). El origen de esta plataforma es explicado por Rafael Palacios, "Rafapal", que en su web rafapal.com expone que hace "periodismo para mentes cósmicas", en un vídeo en la plataforma Odysee expone cómo se fundó Elecciones Transparentes, ya que sospechaban

que le estaban robando votos al partido Vox en las elecciones españolas, relacionándolo con el robo de votos a Trump en Estados Unidos (Rafapal, 2023).

2. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este trabajo es analizar las narrativas y redes de difusión de contenidos de la plataforma Elecciones Transparentes cuya finalidad es desacreditar los procesos electorales en España. Se ha escogido esta organización por tratarse de una entidad activa, con presencia permanente desde 2019 y caracterizada por tener como propósito fundamental el cuestionamiento de los comicios. Se parte de la hipótesis de que esta organización es un claro emisor de desinformación digital.

Como objetivos secundarios se plantea analizar sus narrativas y redes de difusión y conexión. Se propone para ello un análisis cualitativo de los contenidos que comparte en sus dos páginas webs, ambas activas a fecha de la realización del presente trabajo:

- "Elecciones transparentes" (<https://www.eleccionestransparentes.org>)
- "Infoeleccionestran" (<https://infoeleccionestran.wixsite.com/my-site-1>).

Igualmente, se estudiará su actividad en Telegram, canal que presenta 1505 suscriptores (22 de enero de 2024) para conocer sus redes de conexión, así como las cuentas con las que comparte contenidos.

2.1 Metodología de análisis de contenido

Para ahondar en las principales narrativas se plantea una investigación analítico-descriptiva de análisis de contenido (Bardin, 2002; Krippendorff, 1990; Peña, 2012) tanto del material audiovisual como del material textual de sus páginas web y del contenido compartido en Telegram. Este tipo de análisis permite la decodificación de los mensajes y la facultad de establecer patrones de representación, de temáticas y divulgación de contenido.

El material audiovisual analizado procede del portal web "Elecciones transparentes" (<https://www.eleccionestransparentes.org>). Aunque la plataforma cuenta con dos páginas web, en esta es donde se encuentra el contenido en vídeo. Se ha realizado un rastreo a través de toda la web recogiendo un total de 27 vídeos alojados en la 'Página Principal' y 5 vídeos de la página 'Entrevistas a miembros de la Junta Directiva de la APET'. De esta forma, la muestra se conforma de un total de 32 vídeos cuyo contenido ha sido analizado, recopilado y registrado a partir de una ficha de análisis que cuenta con las siguientes categorías:

Tabla 1: Ficha de análisis del material audiovisual

Título del documento	Nombre de publicación del documento
Tipo de documento	Documento breve, documento desarrollado, infografía, etc.
Autoría del documento	Propia o ajena
Forma del contenido	Texto, texto e imagen, texto e iconos, etc.
Narrativa	Temática sobre la que gira el contenido
Finalidad	Informar, incitar a la participación, incitar a la actuación, etc.
Destinatario	Simpatizantes de la plataforma, miembros de la plataforma, etc.

Fuente: elaboración propia

El material textual analizado procede del portal web "Infoeleccionestran" (<https://infoeleccionestran.wixsite.com/my-site-1>), otra de las páginas web de la plataforma caracterizada por sus contenidos de carácter argumentativo como guías o infografías. Se ha hecho un rastreo por todas sus páginas y la muestra está constituida por los 10 documentos recogidos en la página 'Descargas'. Al igual que con el material audiovisual, su contenido ha sido analizado, recopilado y registrado a partir de una ficha de análisis que cuenta con las siguientes categorías:

Tabla 2: Ficha de análisis del material documental

Título del documento	Nombre de publicación del documento
Tipo de documento	Documento breve, documento desarrollado, infografía, etc.
Autoría del documento	Propia o ajena
Forma del contenido	Texto, texto e imagen, texto e iconos, etc.
Narrativa	Temática sobre la que gira el contenido
Finalidad	Informar, incitar a la participación, incitar a la actuación, etc.
Destinatario	Simpatizantes de la plataforma, miembros de la plataforma, etc.

Fuente: elaboración propia

En relación a ambas fichas de análisis hay que señalar que, en función de la información que proporcionan sus variables, presentan una escala de medición nominal y cuentan con categorías excluyentes entre sí.

Para el estudio de los mensajes del canal Telegram, se ha realizado un estudio de minería de texto, aplicando dos gráficas: una de escalamiento multidimensional (MDS), y otra de frecuencia de palabras más empleadas (siendo precisamente eliminadas aquellas que no aporten significado, o *stopwords*). Las palabras son puestas en un tamaño en función de su frecuencia de aparición, y en colores asociando las mismas más ligadas entre sí mediante análisis de *cluster k-means*. Con esta vía se pueden observar los temas principales volcados en gran cantidad de mensajes (Gil-Pascual, 2021).

2.2 Metodología de análisis cuantitativo

La recogida de información de su canal en Telegram se ha realizado a través de la propia aplicación web (https://t.me/eleccionestransparentes_APET) en un archivo JSON con todos los contenidos compartidos desde sus inicios, el 16 de marzo de 2021, cuando se produce la primera publicación hasta el 22/01/2024, que corresponde con la fecha de recogida de la información.

Posteriormente, los datos se analizaron y trataron desde el software R. El objetivo de este primer análisis era abordar las redes de conexión del canal: ¿Cuáles son las cuentas desde las que comparte contenidos? ¿Qué redes de conexión tiene establecidas?

Para ello, y a través de la teoría de redes (Barabasi, 2016), se ha realizado un mapa de conexiones del canal de Telegram de Elecciones Transparentes, identificando todos los canales que presentasen al menos dos referencias en el canal y estableciendo las conexiones y nexos de intercambio de información entre los distintos canales. Esta visualización permite detallar a qué otros canales de Telegram podrían llegar los usuarios al acceder a este tipo de contenidos compartidos.

El análisis de redes se realizó a través del programa Gephi en su versión 0.10.1 (Bastian & Jacomy, 2009), realizando un archivo destinado a este programa procedente de la programación en R con los datos del canal de Telegram. Se forman *clusters* mediante el algoritmo de Louvain (Blondel et al., 2008) y se representaron gráficamente mediante el algoritmo ForceAtlas2 (Jacomy et al., 2014). Dentro de la red se calculan los valores de grado (entradas y salidas a partir de cada nodo o canal de Telegram) y vector propio (*eigenvector*) e intermediación (*betweenness centrality*) para ver la importancia de cada nodo en la red detectada.

Las páginas web han sido analizadas a través de viewdns.info, aplicación que ofrece una completa información sobre los servidores y dominios de cualquier página web. Se pretendía con ello comprobar el histórico de la página, ubicación de servidores y coexistencia con otras webs que pudieran ser análogas. Posteriormente, se ha utilizado la aplicación CrowdTangle, herramienta de la empresa Meta, que ofrece datos sobre la difusión en sus redes sociales de las páginas web. A través de su extensión para navegador se hace un rastreo de quién comparte en redes sociales enlaces procedentes de dicha web pudiendo identificar, entre otros actores, grupos de Facebook que normalmente suele compartir contenido de manera privada (Crowdtangle, 2018).

3. Resultados

3.1 Contenidos y difusores en las páginas web de la plataforma Elecciones Transparentes

3.1.1 Resultados de los contenidos audiovisuales recogidos en la web

Como se ha expuesto en metodología, el contenido audiovisual analizado se ha recogido de la página web "Elecciones transparentes" (<https://www.eleccionestransparentes.org>) y expuesto en la Tabla 3. La fecha de publicación de los vídeos en el portal web sigue un orden cronológico descendente (los más recientes aparecen en primer lugar) aunque, en ocasiones, este orden se ve alterado y se insertan en función del contenido que se trata. Por años, los vídeos publicados en 2023 son los que tienen mayor protagonismo al contar con un 40,6% de representación. Le siguen los de 2020, con un 28,1%; los de 2022 con un 25% y, por último, los correspondientes a 2021, que cuentan con un 6,3%.

El 81,3% de los canales a los que pertenecen los vídeos publicados en el portal web son de miembros de la propia plataforma. Entre ellos, el que cuenta con mayor protagonismo es el de José Miguel Alvarado (@ApellidoObligatorio), presidente de la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes, que es el que, a su vez, tiene un mayor número de suscriptores como se observa en la tabla 3. Le sigue el canal que la plataforma tiene en Youtube y, en último lugar, se encuentra el de Ignacio Vargas, secretario de la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes, que, en este caso, cuenta con un número irrelevante de suscriptores en su canal.

Tabla 3. Registro de canales y suscriptores de los vídeos publicados (ordenados de mayor a menor número de suscriptores)

Canal	Nº suscriptores	Nº vídeos	Miembro plataforma
@directo5tv	7250	1	No
@EstadodeAlarmaTV	3490	1	No
@ApellidoObligatorio	3450	12	Sí
@elmurodelaverdad7017	3330	1	No
@InocenteDuke	2510	1	No
@ElToro_TV	1970	1	No
@eleccionestransparentes	1770	9	Sí
@ignaciovargaspineda2463	252	5	Sí
@peritoinformatica	190	1	No

Fuente: elaboración propia

El 18,7% restante corresponde a canales de personas ajenas a la plataforma pero que tienen como punto de unión el contenido que abordan y el perfil de usuarios a los que se dirigen. Hay canales que pertenecen a medios de comunicación y otros a usuarios particulares que registran, de forma mayoritaria, un número sustancial de suscriptores, lo que hace que su capacidad de difusión sea elevada. En total y realizando el sumatorio de todos los canales la audiencia potencial estaría en 24212 usuarios.

La duración de los vídeos está estrechamente relacionada con el formato de presentación que se hace del contenido. De esta forma, los vídeos de mayor duración (40-45 minutos de media aproximadamente) son los que adoptan el formato de debate, caracterizado porque en ellos participan entre 3 a 5 personas y todos se hacen a través de videoconferencias grupales, a excepción de un caso en el que se desarrolla en un plató de televisión de Toro TV. A este formato de presentación del contenido le corresponde el 22% del total de los vídeos publicados en el portal web.

Por otra parte, los vídeos que adoptan el formato de la entrevista también presentan una duración considerable (30-35 minutos de media aproximadamente). En estos casos, se aprecia una mayor disparidad en cuanto a la extensión, ya que hay entrevistas de apenas 7 minutos y otras que superan la hora. Esta variabilidad no guarda relación con el número de participantes, ya que normalmente solo participa un entrevistador y un entrevistado y de forma excepcional, se tiene a dos entrevistados. Este formato de presentación del contenido es el mayoritario al contar con un 53,2% de representación,

Por último, hay otros vídeos de duración menos predecible ya que tienen un formato de presentación menos definido. Entre ellos, cabe destacar algunos como una retransmisión en directo de casi dos horas; tres vídeos de entre 48 segundos y 10 minutos cuyo formato es el de interpelación directa a los usuarios para que actúen contra el fraude o tres vídeos que adoptan el formato del videoclip y de la cámara oculta y que cuentan con una duración de entre 3 y 7 minutos.

En lo que respecta a las narrativas utilizadas, se establece como línea temática principal la del fraude electoral y a partir de ella, se aprecian diferentes tramas y subtramas argumentales con las que materializarla. Entre ellas, se distinguen las siguientes en la Tabla 4:

Tabla 4. Categorización de las narrativas empleadas

Narrativas	Trama	Subtramas
NARRATIVAS DE ÁMBITO NACIONAL	Incumplimiento de la ley por la no realización del escrutinio general.	-Ataques a la empresa INDRA por utilizar sus datos para el escrutinio general. -Manipulación democrática y ataque a la Constitución. -Ilegalidad del Parlamento y del presidente del Gobierno. -Irregularidades registradas en informes periciales realizados en las elecciones autonómicas y en los votos por Correo.
	Recomendaciones para impugnar las elecciones por irregularidades.	-Denuncia ante los Juzgados y reclamaciones ante la Junta Electoral Central. -Qué hacer como elector para evitar la manipulación de datos y garantizar la transparencia electoral. -Demanda de suspensión de las elecciones generales por su ilegalidad. -Propuesta de modificación de la LOREG presentada ante los grupos parlamentarios.
NARRATIVAS DE ÁMBITO INTERNACIONAL	Desconfianza ante los resultados de las elecciones de EEUU	-Fraude para perjudicar a Donald Trump. -La empresa que hackea las elecciones estadounidenses guarda relación con INDRA y con el gobierno de Venezuela.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a los protagonistas de dichas narrativas se pueden definir desde dos perspectivas: desde el punto de vista del continente (quién narra y presenta el contenido) y desde el punto de vista del contenido (sobre qué o quién se articula la trama). En el primero de los casos, los protagonistas indiscutibles son los miembros de la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes. José Miguel Alvarado, su presidente, y Pilar Baselga, una de las vocales, son los que tienen un mayor índice de participación, con un 53,1% y un 43,7% respectivamente. También aparecen como protagonistas personas ajenas a la Plataforma, aunque de forma excepcional, como ocurre, por ejemplo, con la participación de Francisco Serrano, juez y ex líder de Vox en Andalucía, o de Gabriel Araujo, perito informático forense.

En el segundo de los casos, los protagonistas del contenido son, principalmente, los conceptos sobre los que versa su desarrollo. De esta forma, "escrutinio general", "INDRA", "fraude electoral" o "incumplimiento de la ley" son, en primer término, los que protagonizan el grueso del contenido audiovisual analizado. A pesar de ello, también hay cabida para otros actores que, en segundo término, tienen una presencia relevante y que giran sobre el panorama político, como ocurre con: "elecciones generales", "elecciones autonómicas", "VOX", "PSOE", "PP", "Pedro Sánchez". Todos ellos han sido guiados por ideas subyacentes como las de la manipulación de votos, la ilegalidad del

proceso electoral y la necesaria participación y movilización ciudadana para poner fin a esta situación de ilegalidad.

3.1.2 Resultados de los contenidos textuales recogidos en la web

Como se ha expuesto en metodología, el contenido audiovisual analizado se ha recogido de la página web "Elecciones transparentes" (<https://infoeleccionestran.wixsite.com/my-site-1>). Todos los documentos analizados se caracterizan por su brevedad y su falta de elaboración y cuidado, ya que se pueden apreciar faltas gramaticales (uso indistinto de mayúsculas y minúsculas), erratas ("Calaluña" [sic] en lugar de "Cataluña") e incluso enlaces de descarga que no permiten acceder al documento (como ocurre con el de "Enlace a las actas de votación del 14 de febrero de 2020 en Calaluña").

El 44% de los documentos son de carácter breve, ya que constan de una sola página y su contenido es bastante simple. Estos documentos incluyen solicitudes de admisión como socio de la plataforma y octavillas que abogan por la repetición electoral debido a la falta de un escrutinio general, lo que invalida al Parlamento. Por otro lado, se encuentran infografías (11%) que explican de manera esquemática el proceso de fraude electoral en España antes, durante y después de las elecciones. El 45% restante corresponde a documentos más extensos, con una longitud de entre 3 y 4 páginas, con la excepción de la Normativa Electoral, que se adjunta completa y consta de 99 páginas.

El único documento que no es de autoría propia de la Plataforma es la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del régimen electoral general. Todos los demás documentos son creados por la Asociación y se caracterizan por adoptar principalmente una forma de contenido basada en texto (89%). El restante 11% incluye, además del texto, iconos que complementan gráficamente la información que desarrollan.

En cuanto a las narrativas empleadas, se aprecia plena continuidad con la línea temática principal detectada en el material audiovisual: el fraude electoral. A pesar de ello, en el material textual sí que se desarrolla un argumento que busca apelar de forma más directa a la actuación y participación del usuario. Con frases como "Te animamos a que te apuntes como apoderado de un partido", "¿Qué puedo hacer para colaborar?" o "Lo que usted puede hacer en las próximas elecciones" se hace una llamada a la acción.


Este matiz entronca directamente con la finalidad que se manifiesta en dichos documentos: apelar a la actuación de los usuarios denominados como "Votantes vigilantes". En ocasiones, esta finalidad es más directa, como ocurre con el documento en el que se aporta un modelo de denuncia por no realizarse el escrutinio general, y en otras, aparece reconducida a partir de una primera fase informativa que finaliza en una última fase más combativa. Todo ello manifiesta que en el 100% de los casos el destinatario final de este material es el usuario que es simpatizante de la plataforma, que está alineado con el discurso que difunden y que, como consecuencia de ello, está dispuesto a participar y divulgar las proclamas de la Plataforma.

3.1.3 Difusión en grupos de Facebook de las páginas web de la plataforma

Entre los objetivos del análisis de las páginas web se encontraba identificar los grupos de Facebook que contribuyen a difundir sus publicaciones. La web www.eleccionestransparentes.org fue creada el 29/09/2017 y ha estado alojada en diversos servidores de Estados Unidos. Sus contenidos se difunden principalmente a través de la red social Facebook y Telegram.

Tabla 5: Grupos de Facebook que participan en la difusión de sus publicaciones y dentro de cada grupo, el mensaje más reenviado.

Canal Facebook	Información	Seguidores	Interacciones
COALICIÓN PATRIOTICA ELECCIONES (PUCHERAZO)	El Sábado 29 de julio denunciemos en los Juzgados de Plaza de Castilla la NO realización del Escrutinio General de Madrid.	1486	54
Plataforma Elecciones Transparentes	Colabora con la asociación Plataforma Elecciones Transparentes en las elecciones vascas y gallegas	2007	37
Expediente Royuela	SE DENUNCIA LA NO REALIZACIÓN DEL ESCRUTINIO GENERAL EN ZARAGOZA	9210	14

Canal Facebook	Información	Seguidores	Interacciones
Plataforma Coriana de Electores	Sin Escrutinio General el Parlamento es ilegítimo	2066	14
Afiliados De VOX2	SIN ESCRUTINIO GENERAL, el PARLAMENTO y el GOBIERNO son ILEGALES	1910	10
COALICIÓN PATRIOTICA	El sábado 29 de julio denunciaremos en los Juzgados de Plaza de Castilla la NO realización del Escrutinio General de Madrid.	323	7
LA VOZ DE ANDALUCÍA	El sábado 29 de julio denunciaremos en los Juzgados de Plaza de Castilla la NO realización del Escrutinio General de Madrid.	781	6
Después del 8-M	El sábado 29 de julio denunciaremos en los Juzgados de Plaza de Castilla la NO realización del Escrutinio General de Madrid.	2790	6
yo creo en esradio	*Necesitamos periodistas e informadores para las elecciones gallegas y vascas* Irán acreditados por la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes	10343	5
Inés Arrimadas con España 	*Necesitamos periodistas e informadores para las elecciones gallegas y vascas* Irán acreditados por la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes	18944	5
¡¡¡Ciudadanos vamos!!! En marcha!!!	*Necesitamos periodistas e informadores para las elecciones gallegas y vascas* Irán acreditados por la Asociación Plataforma Elecciones Transparentes	1593	4
Queremos ver a podemitas con niqab y a la Cup con burka	El Sábado 29 de julio denunciaremos en los Juzgados de Plaza de Castilla la NO realización del Escrutinio General de Madrid.	1531	4

Fuente: elaboración propia

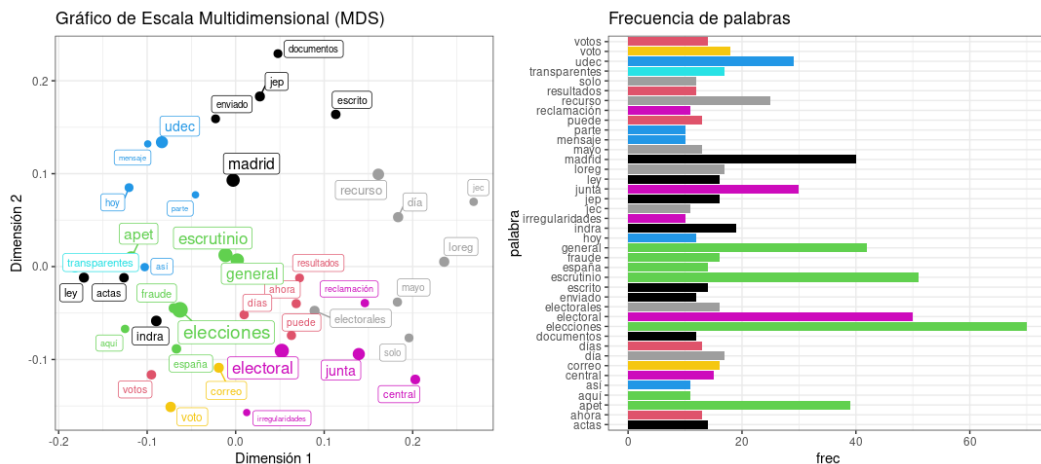
Como se puede apreciar en la Tabla 5, los canales en Facebook y los mensajes más redifundidos en ellos en los que se pide colaboración y se denuncian campañas electorales diversas en España. En total y realizando el sumatorio de seguidores de estos grupos estaríamos ante un potencial alcance de 52 984 usuarios. Por su parte la segunda web (<https://infoeleccionestran.wixsite.com/my-site-1>) no tiene redifusión alguna ni en grupos de Facebook, ni Instagram. Al estar sobre un servidor gratuito, no es posible ver su histórico y fecha de creación. Se trata de una web con contenidos no actualizados desde abril de 2021.

3.2 Análisis de las redes y contenidos de la plataforma en Telegram

3.2.1 Análisis de los contenidos de Telegram

Un análisis mediante minería de texto sobre los textos expuestos en el canal de Telegram es mostrado en la Figura 1. A través de dicho análisis se pueden detectar los temas principales volcados en los distintos mensajes: la calificación de fraude en el escrutinio de las elecciones en España y que APET está sobre ello, irregularidades de la Junta Electoral Central, dudas sobre el voto por correo, dudas sobre los documentos y actas que trata la empresa Indra, encargada de la gestión del escrutinio electoral, recursos a la Junta Electoral Central (JEC) y a la Junta Electoral Provincial (JEP) de Madrid. Como se puede comprobar todos los temas ponen en cuestión la legitimidad de las elecciones en España y exponen a esta asociación cómo una especie de salvaguarda poniendo reclamaciones y recursos ante las juntas electorales.

Figura 1: Gráfico de escala multidimensional (MDS) y de frecuencia de palabras más empleadas



Fuente: Elaboración propia

Dichos temas se desarrollan a partir de narrativas cuyo protagonismo evoluciona con la fuerza adquirida por la Plataforma y los acontecimientos políticos. De marzo de 2021 a septiembre de 2022, los mensajes se centran en las acciones de la Plataforma para garantizar la transparencia electoral. Se destaca que "Elecciones Transparentes" es la primera plataforma ciudadana autorizada para realizar el escrutinio general según la ley, calificado como un "hito histórico". También se resaltan las alegaciones, resoluciones y recursos interpuestos contra la ilegitimidad de los comicios. Además, se enfatiza la participación de los miembros de la plataforma y la repercusión de sus acciones. José Miguel Alvarado y Pilar Baselga son los principales actores, alertando sobre la falta de escrutinio general y animando a los votantes a vigilar los procesos electorales o unirse a la candidatura de UDEC.

Desde noviembre de 2022 a diciembre de 2023, se observa un cambio en los contenidos de la Plataforma, alejándose de enfocarse en su propia valía para abordar otras narrativas externas. Se destaca la introducción de la temática de las campañas electorales internacionales, particularmente en Brasil durante el asalto al Congreso, la Presidencia y el Supremo por partidarios de Bolsonaro. Los mensajes se centran en la figura de Lula da Silva, señalándolo como "incitador" de estos acontecimientos y magnificando su participación al implicar a bolsonaristas en actos vandálicos. Además, se menciona la presencia de Estados Unidos en esta narrativa, sugiriendo un fraude electoral perpetrado por la izquierda con la ayuda de una empresa, INDRA, relacionada con Sánchez en España. Este discurso se relaciona directamente con la narrativa previa de fraude electoral desarrollada por la Plataforma.

El fraude electoral se materializa en subtramas centradas, principalmente, en la no realización del escrutinio general y, por ello, precisamente atacan a INDRA por ser la empresa “subcontratada por un gobierno de masones” que fabrica datos falsos y se salta el procedimiento de conteo de las actas o a la Policía Nacional por “no defender la ley” y “obedecer a traidores” al no exigir que se cumpla el escrutinio general y permitir que haya un Parlamento y un Gobierno “ilegal”. Este discurso de fraude e ilegalidad se intensifica cuando se aproxima la fecha de las elecciones generales celebradas en julio de 2023, puesto que ya hablan de “evidencias de fraude” y de la necesidad de invalidar dichas elecciones por la existencia de “entramados masivos de compra de votos”, la alteración del padrón municipal y la alarma del “fraudulento voto desde el extranjero” porque “Sánchez está preparando con INDRA el pucherazo de las elecciones generales”.

La narrativa del fraude electoral está estrechamente ligada a la de la apelación a formaciones y partidos políticos. En esta línea se aprecian dos vertientes bien diferenciadas: por un lado, la que afecta al Psoe y lo vincula con su estrategia “para robar las elecciones” y su incumplimiento de la ley electoral y, por otro, la que incumbe al PP y, principalmente, a Vox como formaciones políticas que con su inacción contribuyen al incumplimiento de la ley electoral: “Con su actitud han puesto un arma muy poderosa en manos del Gobierno para las próximas elecciones generales”. Es por ello, por lo que apelan en repetidas ocasiones a Vox y a sus dirigentes para que vigilen y exijan que se cumpla la LOREG y no sea un “partido telonero florero”. Incluso llegan a pedir responsabilidades a Santiago Abascal porque, a pesar de ser el líder del único partido que “de momento, no ha sido cazado comprando votos” se “olvidan” de cumplir con las exigencias de la Ley Electoral General.

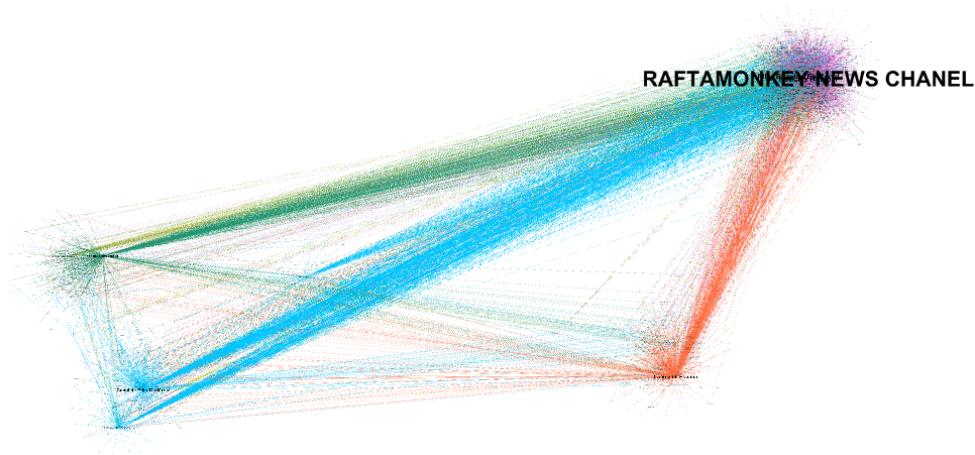
3.2.2. Análisis de las redes de Telegram

El canal de Telegram https://t.me/eleccionestransparentes_APET presenta a fecha de recogida de datos (22/01/2024), un total de 1505 suscriptores y comparte contenido desde el 16/03/2021. En total presenta 1,028 mensajes, con un total de 555 enlaces externos, 153 fotografías, 144 archivos, 82 vídeos, 24 audios y 8 mensajes de voz.

El establecimiento de conexiones de red entre las redifusiones de contenidos del canal, a través del estudio mediante la teoría de redes ofrece una redifusión entre determinados canales que se vertebran alrededor de cinco *clusters*, tal como se expone en la Figura 2.

El primer *cluster* orbita a través del canal "RAFTAMONKEY NEWS CHANEL", con un 58,92% del tráfico, "ELECCIONES TRANSPARENTES. CANAL APET NOTICIAS" con un 13,66%, "Canal de Pilar Gutiérrez" y "ElDiestro. Opinión en Libertad" con un 12,04%, "La Voz de España" con un 10,14%, "Noticias Plandémicas" con un 5,24%. En total se han encontrado interconexiones entre 5,682 canales en esta red social de mensajería, muchos de ellos de teorías conspiránicas, principalmente antivacunas.

Figura 2: Mapa de redes a partir del canal Telegram de Elecciones Transparentes.



Fuente: Elaboración propia

Observando el tráfico de enlaces e interconexiones, se aprecia que los canales que más información suministran hacia el resto de los canales son "RAFTAMONKEY NEWS CHANEL" (grado de salida 3,909), "Noticias Rafapal" (1,327), "Pilar Baselga en Canal" (1,323), "La Voz de España" (876) y "Canal de Pilar Gutiérrez" (801). El resto descienden de los 500 enlaces de interconexión. Por lo tanto, se puede considerar que estos son los canales principales de distribución de contenidos. Este liderazgo en la creación de contenidos se corrobora al detectar que son igualmente los canales de mayor intermediación (*betweenness centrality*), colándose en esta ocasión en esos primeros puestos de interconexión de canales a "Apellido Obligatorio" en quinto lugar.

El análisis de vector propio, o *eigenvector*, determina la importancia de un nodo (canal en esta ocasión) dentro de la red. Así, los diez canales más importantes en la red formada de interconexión son (valor de *eigenvector* entre paréntesis) los de: "Alvise Pérez" (1), "Noticias Rafapal" (0,87), "LIBERUM ASOCIACION" (0,84), "Julio Ariza" (0,82), "Apellido Obligatorio" (0,78), "Pilar Baselga en Canal" (0,76), "† Espíritu Templario" (0,76), "Noticias" (0,76), "CONCIENCIA MUNDIAL" (0,76), "CANAL 5TV INFORMA" (0,76) y "Difusión. Nueva Biología" (0,76).

En primera posición, Alvise Pérez ha sido condenado en varias ocasiones por realizar insinuaciones sobre diversos cargos políticos sin aportar pruebas (Ballesteros, 2020; El País, 2022; Pozas, 2023). En segundo lugar se encuentra Julio Ariza, creador del grupo de comunicación Intereconomía y cercano al partido político Vox (González, 2023). En tercer lugar, está Liberum Asociación, una asociación dedicada a "restaurar los derechos y libertades usurpados en el transcurso de la pandemia" (liberumasociacion.org, 2023). Es importante destacar que muchos de los canales encontrados en conexión a partir de este canal tienen que ver con grupos antivacunas o conspiranoicos de negación del Covid, seguidores del grupo conspiranoico QAnon, movimiento *red pill*, así como de ideología de extrema derecha, religiosos, de Estados Unidos, Rusia o Brasil.

Los enlaces que aparecen en los mensajes hacen referencia principalmente a vídeos del canal de EleccionesTransparentes en Youtube (65 vídeos), pero también se incluyen otros portales de contenidos visuales, como Rumble.com (5 vídeos) y Odysee.com (4 vídeos). Según la periodista Wendy Siegelman, Rumble.com es considerado la competencia de Youtube para figuras y contenidos de extrema derecha que han sido prohibidos en otras plataformas, como información errónea sobre el Covid, y pertenece a inversores relacionados con Trump Media & Technology Group (Siegelman, 2022). Por otro lado, Odysee es otra plataforma de vídeos, asociada a desinformación y odio (Marshall & Tanfani, 2022), donde los canales rusos RT (anteriormente Russia Today) y Sputnik continúan emitiendo sus contenidos tras su prohibición en la UE tras la guerra de Ucrania (Martín, 2022). EleccionesTransparentes tiene un canal propio en Odysee.com (https://odysee.com/@Plataforma_Elecciones_Transparentes:8) donde emite y redifunde contenidos.

4. Conclusiones

La desinformación sobre procesos electorales tiene cada vez mayor presencia y presenta narrativas comunes que se adaptan a los contextos locales del país. Su objetivo fundamental es generar desconfianza y malestar en la opinión pública. Malestar que afecta a la estabilidad democrática y que es instrumentalizado para cimentar otras campañas de desinformación.

Tras analizar los contenidos de la plataforma Elecciones Transparentes, se observa que su principal intención es sembrar la duda sobre posibles fraudes electorales en España. Lo hacen a través de narrativas poco elaboradas y simplistas, las cuales tienden a adaptarse según el formato en el que se presentan. Los contenidos audiovisuales son más especulativos y buscan sembrar la duda mediante testimonios de los promotores de la plataforma. Por otro lado, los contenidos textuales son más incisivos y apelan a la participación de la ciudadanía para que asuma el papel de votante-vigilante. Además, estos contenidos también afectan a empresas y formaciones políticas.

Frente a esto, la plataforma se erige como un solventor capaz de iniciar procesos judiciales e iniciativas sociales que hagan frente a estos supuestos intentos de fraude. Intentos que además y bajo su relato, son también aplicados en otros países.

A pesar de que las narrativas son simplistas y podrían tener poco poder persuasivo, las redes de conexión y difusión de estos contenidos amplifican su capacidad. Solo teniendo en cuenta, las redes analizadas en este trabajo que ha recogido los principales grupos de Facebook que han compartido publicaciones de sus páginas web, así como los canales de Telegram con conexión a partir de un salto desde su propio canal, se estima un alcance de 77 196 usuarios. A ellos habría que sumar el resto de los seguidores de sus redes sociales, así como los de las conexiones de terceros que contribuyen en su difusión. Aquí radica una de las limitaciones del trabajo que podría suponer una oportunidad de investigación en el futuro: medir la capacidad de difusión y la estructura de red de esta plataforma, determinando si además existen conexiones con plataformas de otros países. En este sentido, la identificación realizada de actores participantes y narrativas puede ser de utilidad también para futuros trabajos que recojan el contexto local de otros países y ofrezcan marcos comparativos.

La investigación sobre la desinformación de procesos electorales y la divulgación de sus resultados a la sociedad puede ser realmente útil para concienciar a la ciudadanía y contribuir a que sea más resiliente al engaño y la polarización. De ello depende la estabilidad de nuestras democracias.

5. Contribuciones

Tarea	Firmante 1	Firmante 2	Firmante 3
Conceptualización	X		
Curación de contenidos		X	X
Análisis formal	X	X	X
Adquisición de fondos			
Investigación	X	X	X
Metodología			X
Administración del proyecto	X		
Recursos			

Tarea	Firmante 1	Firmante 2	Firmante 3
Software			X
Supervisión	X		
Validación	X	X	X
Visualización			X
Redacción: borrador original	X	X	X
Redacción: revisión y edición	X	X	

6. Financiación

La investigación de la que deriva este artículo no contó con fuentes de financiación.

7. Declaración de conflicto de intereses

Las personas autoras declaran que no existe ningún conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

Arce-García, S. (2023). Discursos y campañas de odio en la era digital su construcción e impacto social. En V. Martín (ed), *El discurso de odio como arma política: del pasado al presente* (pp. 87-114). Comares.

Ballesteros, R. R. (1 de enero de 2020). Alvise, el tuitero provocador de Ciudadanos que dejó la política sin indemnización. *El Confidencial*. <https://tinyurl.com/bde8shwd>

Barabási, A. L. (2016). *Network science*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1098/rsta.2012.0375>

Bardini, L. (2002). *Análisis de contenido*. Akal.

Bastian, M., Heymann, S. & Jacomy, M. (2009). Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. En: *Third International ICWSM Conference*. <https://tinyurl.com/4jca4jy4>

Berghel, H. (2018). Malice Domestic: The Cambridge Analytica Dystopia. *Computer*, 51 (5), 84-89, <https://doi.org/10.1109/MC.2018.2381135>

Bicu, I. (2023). *The Information Environment Around Elections*. International idea. <http://tinyurl.com/3vzpx8e3>

Blanco Alfonso, I. (2023). *El impacto de la desinformación en la calidad de la democracia. Posverdad, fake news y otros desórdenes informativos*. CEU Ediciones. <http://tinyurl.com/2wbntj3z>

Blondel, V. D., Guillaume, J. L., Lambiotte, R. & Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, (10). <https://doi.org/10.1088/1742-5468/2008/10/P10008>

Crowdtangle (2018). *CrowdTangle. Chrome Extension*. Meta. <https://tinyurl.com/2js9daws>

DSN (2022). Constitución del Foro contra las Campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional. Departamento de Seguridad Nacional. Gobierno de España. <http://tinyurl.com/mrxzp95m>

EFE (16 de febrero de 2024). Las grandes tecnológicas se comprometen a luchar contra la desinformación electoral. *EFE*. <http://tinyurl.com/adj6ktp2>

El País (11 de noviembre de 2022). El tuitero Alvise Pérez, condenado a pagar 60.000 euros al exministro José Luis Ábalos por "graves daños morales". *El País*. <https://tinyurl.com/yz47ztwn>

Fernández, J. J. (17 de mayo de 2023). La Seguridad del Estado detecta una campaña de ataques a la credibilidad de las elecciones del 28-M. *El Periódico*. <http://tinyurl.com/5ejfajny>

- García-Orosa, B. (2021). Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy. *Profesional de la información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- Gil-Pascual, J.A. (2021). *Minería de Textos con R. Aplicaciones y técnicas estadísticas de apoyo*. UNED.
- Gómez Bermiga, L. (2023) Disputando el espacio digital: Paraguay y las elecciones generales 2023 en redes sociales. En S. Romero (ed.), *Democracia y elecciones en Paraguay*. <https://doi.org/10.31752/idea.2023.67>
- González, M. (3 de noviembre de 2023). Un juez condena a Julio Ariza, patrón mediático de Vox, a pagar 4,5 millones por su gestión de Intereconomía Televisión. *El País*. <https://tinyurl.com/2zy8pp9y>
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S. & Bastian, M. (2014) ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for Handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS ONE*, 9(6):e98679
- Juárez, J. y Celecia, C. (2023). (Des)Legitimar al árbitro: Narrativas de desinformación sobre el INE en YouTube durante la elección México 2021. *Global Media Journal México*, 20(39), 20–39. <https://doi.org/10.29105/gmjmx20.39-502>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Liberumasociacion.org (2023). *Asociación Nacional por los Derechos Humanos*. <https://tinyurl.com/mst7bdu>
- Maldita (2023). Desinformación electoral que cruza el charco: cómo los bulos se repiten durante las elecciones en España y Argentina. *maldita.es*. <http://tinyurl.com/mrx3hdny>
- Marciel, R. (2022). Democracia, desinformación y conocimiento político: algunas aclaraciones conceptuales. *Dilemata*, (38), 65–82. <http://tinyurl.com/dxsdtty7>
- Marshall, A.R.C. & Tanfani, J. (22 de agosto de 2022). *New breed of video sites thrives on misinformation and hate*. *Reuters*. <https://tinyurl.com/3dfrj99w>
- Martín, A.L. (22 de marzo de 2022). Odysee, la plataforma estadounidense en la que RT y Sputnik siguen emitiendo. *El Español*. <https://tinyurl.com/5n977rs2>
- Monsiváis-Carrillo, A. (2023). Populismo, desinformación e integridad electoral en México. *Elecciones*, 22(25): 151-182. <https://doi.org/10.53557/elecciones.2023.v22n25.05>
- Navarro, D. (2023). Los bulos virales que señalan un supuesto fraude o “pucherazo” de cara a las elecciones generales del 23-J. *Newtral.es*. <http://tinyurl.com/mrxj8fjp>
- Niels Nagelhus S. & Lars G. (2020). Hacking democracy: managing influence campaigns and disinformation in the digital age, *Journal of Cyber Policy*, 5(3), 413-428. <https://doi.org/10.1080/23738871.2020.1820060>
- Paniagua-Rojano, F., Seoane-Pérez, F. y Magallón-Rosa, R. (2020). Anatomía del bulo electoral: la desinformación política durante la campaña del 28-A en España. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, 123-145. <https://doi.org/10.24241/rci.2020.124.1.123>
- Peña, M. (2012). La importancia del acuerdo entre codificadores para el análisis de contenido, *Comunicación y medios*, 25, 47-56. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i25.24521>
- Pérez-Curiel, C., Domínguez-García, R. y Velasco-Molpeceres, A.-M. (2021). High-quality journalism in the face of Donald Trump's theory of electoral fraud: the information strategy of the media in the 2020 US presidential election. *Profesional de la información*, 30 (6) <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.19>
- Pozas, A. (20 de enero de 2023). La Justicia condena al agitador ultra Alvise Pérez a indemnizar a la periodista Ana Pastor por vulnerar su honor. *Eldiario.es*. <https://tinyurl.com/3hu7fcn9>
- Rafapal (2023). *Origen y sentido de Elecciones Transparentes*. Rafa Pal. <https://tinyurl.com/muh266mr>
- RIZZI, A. (17 de diciembre de 2023). 2024, el año en que medio planeta está llamado a las urnas. *elpais.com*. <http://tinyurl.com/2mdu8eky>
- Rodríguez-Fernández, L. (2020). Junk News y “medios de desinformación” en la campaña electoral del 10-N. *Revista Mediterránea de Comunicación* 11(2), 71-83. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.19>

Rodríguez-Fernández, L. (2021). *Propaganda Digital*. UOC.

Sádaba, C. y Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

Saurwein, F. & Spencer-Smith, C. (2020) Combating Disinformation on Social Media: Multilevel Governance and Distributed Accountability in Europe. *Digital Journalism*, 8(6), 820-841. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1765401>

Siegelman, W. (14 de agosto de 2022). Trump Media & Technology Group, Rumble Inc. y Cosmic Development. NewsTracs.com. <https://tinyurl.com/4xkwe2jh>

Torres-Soriano, M.R. (2020). Democracia vs. desinformación. Propuestas para la protección de las sociedades abiertas. [centrodeestudiosandaluces.es. http://tinyurl.com/5ynwer5e](http://tinyurl.com/5ynwer5e)

World Economic Forum (2024). The Global Risk Report 2024. [weforum.org. http://tinyurl.com/37r6afud](http://tinyurl.com/37r6afud)

Wylie, C. (2020). *Mindf*ck: Cambridge Analytica. La trama para desestabilizar el mundo*. Roca Editorial.