

03

TIKTOK I ELS *FACT-CHECKERS* ESPANYOLS EN LA COBERTURA DE L'INCENDI DE CAMPANAR I LA DANA DE VALÈNCIA

ARÁN REIG MARTÍNEZ
Universitat de València
aranreig@gmail.com
ORCID: 0009-0001-2532-0663

rebut: 15/09/2025
acceptat: 25/09/2025
publicat: 20/11/2025
<https://doi.org/10.28939/iam.debats-139.11>
debats #139 (p. 170_187)

RESUM

Aquest treball estudia el paper dels perfils de verificació de notícies espanyols signataris de la International Fact-Checking Network en TikTok en la cobertura de l'incendi de l'edifici al barri de Campanar i la dana del 29 d'octubre. Amb l'aplicació d'un llibre de codis es du a terme una anàlisi quantitativa sobre les 658 publicacions compartides pels perfils @malditobulo, @newtraltiktok, @efeverifica i @verificat.es entre l'1 de gener de 2024 i el 31 de desembre de 2024. Amb els resultats obtinguts s'observa la coexistència de contingut de verificació i explicatiu en tots els perfils, predominant en la majoria de casos el contingut de caràcter nacional enfront de l'internacional. Respecte dels temes valencians, el contingut que ha sigut objecte de verificació de manera més recurrent ha sigut el relacionat amb les defuncions, les organitzacions d'ajuda humanitària i les ajudes econòmiques. Aquest contingut ha experimentat un major nombre d'interaccions per part dels usuaris en comparació amb la resta de publicacions analitzades. Amb el qüestionament de la idoneïtat d'internet com a font d'informació fiable, el nostre treball planteja la necessitat de facilitar la viralització del contingut de verificació en detriment de les notícies sense fonament.

Paraules clau: verificació de notícies; desinformació; notícies falses; engagement; comunicació social; Espanya

ABSTRACT

This study examines the role of Spanish news fact-checking profiles, signatories of the International Fact-Checking Network, on TikTok in covering the apartment building fire in the Campanar neighbourhood and the DANA (weather phenomenon in Valencia) on October 29. Using a codebook, a quantitative analysis was conducted on the 658 posts shared by the profiles @malditobulo, @newtraltiktok, @efeverifica, and @verificat.es between January 1 and December 31, 2024. The results reveal the coexistence of fact-checking and explanatory content across all profiles, with a predominance of nationally focused content over international topics in most cases. Regarding topics related to the Valencian region, the most frequently verified content was related to deaths, humanitarian aid organizations, and financial assistance. This type of content generated a higher number of user interactions compared to the other analyzed posts. In light of growing concerns about the reliability of the internet as an information source, our study highlights the need to promote the virality of fact-checked content over unfounded news.

Keywords: fact-checking; disinformation; fake news; engagement; social communication; Spain

INTRODUCCIÓ

El 2024 ha sigut un any, informativament parlant, molt significatiu per a la Comunitat Valenciana arran de dos successos: l'incendi d'un edifici al barri de Campanar a la capital valenciana la vesprada del 22 de febrer i les inundacions provocades per la dana del 29 d'octubre. El primer dels fets va provocar deu morts (Ajuntament de València, 2024), mentre que, el dia 25 de maig de 2025, el Govern d'Espanya comptabilitzava 227 víctimes mortals i un desaparegut per la dana (Gobierno de España, 2025).

Pel que fa a l'incendi de l'edifici ubicat a l'avinguda del General Avilés de València (Consorci Provincial de Bombers de València, 2024), el diari *Levante-EMV* va publicar la confirmació de les causes després de conèixer l'informe tècnic elaborat «dins de la investigació que dirigeix el grup d'Homicidis de la Policia Nacional de València» (Domínguez, 2024). Segons el document esmentat, l'origen del foc es trobava en un electrodomèstic de la cuina del pis 86. Després d'iniciar-se el foc en la cuina, les flames s'estengueren cap a la façana. El vent i els materials usats en la construcció van facilitar la propagació del foc per tot l'edifici.

Respecte del segon esdeveniment, iniciat el dimarts 29 d'octubre de 2024, l'informe de l'Agència Estatal de Meteorologia (AEMET) apunta a la precipitació acumulada com el més rellevant de l'episodi viscut, «registrant-se més de 700 mm a Torís» (AEMET, 2024, p. 11). Les fortes pluges en zones elevades acabaren provocant el desbordament de rius i barrancs en municipis com l'Alcúdia, Catarroja, Paiporta o Alfafar, i una avaluació ràpida del risc elaborada el 6 de novembre de 2024 ja apuntava «més de dos-cents morts i nombrosos ferits» (Ministerio de Sanidad & Conselleria de Sanitat, 2024, p.1) a l'est i al sud de la península. En el mateix document es parla tant de pèrdues humanes com de danys en «el subministrament d'aigua potable, aliments i electricitat, entre altres serveis considerats bàsics» (Ministerio de Sanidad & Conselleria de Sanitat, 2024, p. 5). La llista de localitats afectades per la dana a la Comunitat Valenciana publicada per la Generalitat Valenciana suma un total de cent tres municipis (Generalitat Valenciana, 2024).

Dafne Calvo, Germán Llorca-Abad i Lorena Cano-Orón expliquen en el seu treball *Bulos y barro*, publicat recentment, que «durant la dana, però també durant les hores i dies posteriors, van circular una quantitat incommensurable de falses notícies que es

van propagar a gran velocitat i que descriuen bé l'ecosistema comunicatiu actual» (Calvo *et al.*, 2025, p. 24). En el context actual, on disposem d'un gran nombre de fonts informatives i les rutines de consum de notícies han experimentat canvis significatius (Ceballos del Cid, *et al.*, 2025), les xarxes socials han esdevingut els mitjans per excel·lència. D'acord amb les dades de l'Enquesta sobre Joventut de l'Eurobaròmetre, el 42% dels espanyols d'entre setze i trenta anys utilitza les xarxes socials per a informar-se de temes polítics i socials (Parlament Europeu, 2025), i plataformes com Youtube, LinkedIn i TikTok han experimentat els últims anys un increment important del seu ús com a mitjà informatiu (Sierra, 2024).

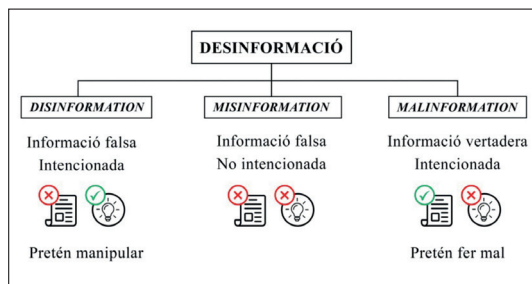
Paral·lelament a l'auge de les xarxes socials com a referents d'informació, i com a resposta a la capacitat desinformadora d'aquests espais digitals, «una de les ferramentes posades a disposició de la ciutadania per a facilitar la identificació de notícies falses i reduir-ne la difusió són els *fact checkers* o agències de verificació de dades» (Rojas, 2020). A Espanya, el dia 30 de maig de 2025, hi havia quatre agències signatàries de la International Fact-Checking Network (IFCN): Maldita.es, Newtral, EFE Verifica i Verificat. Les quatre disposen de perfils actius en TikTok.

REVISIÓ BIBLIOGRÀFICA I ESTAT DE LA QÜESTIÓ

Des del confinament decretat per a frenar la covid-19 del 2020 (Morejón-Llamas *et al.*, 2024), i cinc anys després de la seua presentació a la Xina (Media *et al.*, 2020), aquesta xarxa social xinesa ha esdevingut la plataforma que ha incrementat la seua implantació més ràpidament, fins a convertir-se en la primera opció dels usuaris nadius digitals (Peña-Fernández *et al.*, 2022). Això, sumat al fet que TikTok és considerada per diferents investigadors com la xarxa social que millor recull les característiques de cada mitjà (Guinaudeau *et al.*, 2022), ens permet veure el potencial informador de la plataforma i, al mateix temps, el perill latent de la desinformació.

A l'hora de parlar de desinformació, cal diferenciar tres conceptes clau, definits per Wardle i Derakhshan el 2017. Els autors parlen de *disinformation*

Imatge 1. Desinformació.
Disinformation, misinformation i malinformation.



Elaboració pròpia a partir de Wardle i Derakhshan (2017) i Bennett i Livingston (2020).

en el mateix sentit que la Comissió Europea quan defineix aquesta pràctica com la informació «verificablement falsa o enganyosa, creada, presentada i difosa amb fins lucratis per a enganyar intencionalment el públic» (Comissió Europea, 2021) i manipular l'audiència. La *misinformation* (o informació errònia) fa referència a un tipus d'informació no vertadera, que s'ha interpretat de manera incorrecta i es difon de manera inintencionada, sense l'objectiu de causar danys. Finalment, la *malinformation* (o informació maliciosa) consisteix en la difusió d'informació verídica amb el propòsit de causar un mal (Arcos *et al.*, 2025).

L'article «El *fact-checking* de Maldita.es en TikTok: el llenguatge visual de Maldito Buló» va estudiar el 2023 «l'activitat i el llenguatge visual del compte Maldito Buló, com una marca lligada al projecte de verificació de dades de Maldita.es, en la plataforma de vídeo social TikTok» (Pérez-Rufí, 2023). De les cinquanta publicacions més recents en el moment de la investigació (prèvies a l'1 de març del 2023) s'extrau que l'activitat en TikTok és molt inferior a la presència en Twitter, amb una mitjana d'una publicació cada dos dies. S'identifica, a més, que la presència és més gran els dies posteriors «a un esdeveniment d'actualitat que ha generat desinformació o que requereix explicacions divulgatives». El 42% de les pu-

blicacions ha resultat ser contingut de verificació, que es complementa amb un altre de tipus explicatiu i divulgador. Tenint en compte l'estudi de la freqüència de publicació i el tipus de contingut publicat, ens plantejem les preguntes d'investigació següents:

PI1: Quina freqüència de publicació presenten els perfils estudiats?

PI2: En quin grau es recorre a la publicació de vídeos o d'imatges fixes? En el cas dels vídeos, quina durada tenen?

Hidalgo Cobo i Serrano analitzen la desinformació en la guerra d'Ucraïna a través d'un estudi sobre les agències de verificació espanyoles de la IFCN en TikTok. Aplicant una anàlisi de contingut a un conjunt de 652 publicacions entre febrer del 2022 i març del 2023, es conclou que s'han efectuat noranta-una verificacions (entre els quatre comptes) sobre la guerra d'Ucraïna. Els estudiosos confirmen «el predomini del fals context, del format audiovisual i dels atacs militars com a temàtica més freqüent» (Hidalgo-Cobo *et al.*, 2025). Si parem atenció a la temàtica del contingut analitzat i al seu caràcter verificador, establim les preguntes d'investigació 3, 4, 5, 6, 7 i 8:

PI3: Quins temes tracten els perfils de verificació?

PI4: Considerant que es tracta de perfils espanyols, en quin grau els temes tractats són d'àmbit nacional o internacional?

PI5: Quina cobertura es fa de temes relacionats amb la Comunitat Valenciana?

PI6: Les publicacions desmenteixen o expliquen alguna notícia difosa amb anterioritat per algun altre mitjà o xarxa social?

PI7: Quan la publicació tracta de la verificació o explicació d'una notícia, es fa referència a la seua font de difusió?

PI8: S'esmenta de manera explícita la font a partir de la qual es verifica la informació?

Un altre dels aspectes que han estudiat els investigadors interessats en el contingut de verificació en TikTok és l'*engagement*, definit com la interacció per part dels usuaris mitjançant accions com fer m'agrada, comentar i compartir (García-Marín *et al.*, 2022). En *Viralizar la verdad. Factores predictives*

del engagement en el contenido verificado en TikTok, García-Marín i Salvat-Martinrey analitzen una mostra formada per les 320 publicacions de Maldito Bulo i Newtral durant els seus primers vint-i-sis mesos d'activitat. Els autors confirmen que el tipus de contingut (verificació/explicació) té més pes a l'hora de quantificar l'*engagement* que la seua temàtica. Aquest estudi, atenent el grau d'*engagement* de les publicacions estudiades, presenta la pregunta d'investigació següent:

PI9: Quin és el grau d'interacció dels usuaris amb els perfils de verificació?

Un dels treballs més recents sobre desinformació en TikTok és el que han signat Arcos, Rosso i Salaverria el 2025. En el text estudien els patrons emocionals divergents a partir de la difusió de desinformació en les xarxes socials X i TikTok durant la dana. A partir de 650 publicacions compartides entre les dues plataformes, els autors fan una classificació diferenciant entre desinformació i contingut fiable i conclouen que la desinformació en X s'ha associat, fonamentalment, amb la tristesa i la por, mentre que en TikTok destaquen uns nivells més elevats d'ira i disgust (Arcos *et al.*, 2025). A partir d'una segona fase d'investigació centrada en la cobertura dels fets ocorreguts durant l'any 2024 a València, es disposa l'última pregunta d'investigació:

PI10: Quin tipus de contingut, segons la seua temàtica, s'ha publicat quan la ubicació principal de la notícia ha sigut un punt de la Comunitat Valenciana?

METODOLOGIA

En aquest treball analitzem l'ús de la xarxa social TikTok per part dels quatre mitjans espanyols signataris de la IFNC, promogut per l'Institut Poynter: Maldita.es, Verificat, Newtral i EFE Verifica. Poynter es defineix en la seua pròpia pàgina web com «una organització local sense ànim de lucre que treballa per fomentar la confiança i empoderar la ciutadania a través de les seues iniciatives de verificació de dades i analfabetització mediàtica». Pel que fa a la IFNC, aquest projecte busca la pro-

moció de l'excel·lència en la verificació de dades a partir del treball imparcial i transparent (Poynter Institute, s.f.).

Per a l'estudi s'ha recollit un corpus d'investigació conformat per un total de 658 publicacions en TikTok, fetes entre l'1 de gener de 2024 i el 31 de desembre de 2024 per part dels perfils @malditubulo, de la fundació sense ànim de lucre Maldita.es; @newtraltiktok, de l'*startup* Newtral; @efeverifica, de l'agència de notícies EFE, i @verificat.es, el perfil en espanyol de l'associació sense ànim de lucre Verificat. La recollida i aplicació del llibre de codis a les publicacions en qüestió s'ha dut a terme entre el 15 de maig de 2025 i el 25 de maig de 2025. El dia 25 de maig, @malditubulo era el compte amb més seguidors (115.900), seguit de @newtraltiktok (35.100), @efeverifica (3.398) i @verificat.es (354).

La metodologia d'aquesta investigació ha consistit en l'anàlisi de contingut, executada a partir de l'aplicació d'un llibre de codis de dotze variables articulades al voltant de quatre eixos d'estudi: elements formals, temàtica del contingut, verificació i *engagement*. D'acord amb la possibilitat de resposta davant cadascuna de les variables del llibre de codis, ens trobem davant una metodologia de tipus quantitativa.

Si parem atenció als aspectes formals del contingut, en cadascuna de les publicacions n'identifiquem el format (variable 1) i la durada (2). Amb la identificació d'aquestes dues característiques es pretén trobar resposta a la PI2 (En quin grau es recorre a la publicació de vídeos o d'imatges fixes? En el cas dels vídeos, quina durada tenen?). La resposta a la PI1 (Quina freqüència de publicació presenten els perfils estudiats?) la donarà la quantitat de contingut compartit durant el 2024 per part dels quatre comptes estudiats.

En segon lloc, en relació amb la temàtica del contingut, a partir dels treballs de García-Marín i Salvat-Martinrey (2022) i de Pérez-Rufi, Expósito-Barea i Pérez-Gómez (2023), i amb una actualització pròpia després d'un primer visionat del contingut a analitzar, s'ha elaborat una classificació per temes (variable 3), amb la qual donem resposta a la PI3 (Quins temes tracten els perfils de verifi-

cació?). En la mateixa dimensió temàtica apliquem les variables 4 (àmbit) i 5 (València) per a respondre la PI4 (Considerant que es tracta de perfils espanyols, en quin grau els temes tractats són d'àmbit nacional o internacional?) i la PI5 (Quina cobertura es fa de temes relacionats amb la Comunitat Valenciana?).

Seguidament trobem la dimensió temàtica del contingut, amb la qual, aplicant la variable 6 (verificació), donem resposta a la PI6 (Les publicacions desmenteixen o expliquen alguna notícia difosa amb anterioritat per algun altre mitjà o xarxa social?). Si ens preguntem al respecte de la citació de la font que difon la notícia (variable 7) i la font que ens permet verificar-la (variable 8), obtenim la resposta a la PI7 (Quan la publicació tracta de la verificació o explicació d'una notícia, es fa referència a la seua font de difusió?) i a la PI8 (S'esmenta de manera explícita la font a partir de la qual es verifica la informació?).

Finalment, per a respondre a la PI9 (Quin és el grau d'interacció dels usuaris amb els perfils de verificació?) abordem l'*engagement* de les publicacions a partir de les variables 9 (m'agrada), 10 (comentaris), 11 (guardat) i 12 (compartit).

Després d'haver dut a terme l'aplicació del llibre de codis general, amb l'objectiu de parlar una atenció especial al contingut d'àmbit valencià, s'ha definit una segona classificació temàtica atenent les característiques pròpies d'esdeveniments com l'incendi de Campanar (22/02/2024) i la dana del 29 d'octubre de 2024. Amb aquesta nova classificació donem resposta a la PI10 (Quin tipus de contingut, segons la seua temàtica, s'ha publicat quan la ubicació principal de la notícia ha sigut un punt de la Comunitat Valenciana?).

Taules 1 i 2. Llibre de codis

ASPECTES FORMALS	1. Format	Vídeo/Imatge fixa
	2. Durada	-30"/ 30"-1' / 1'-2' / Més 2' / Imatge Fixa
TEMÀTICA DEL CONTINGUT	3. Tema (<i>García-Marín et al., 2022</i>) (<i>Pérez-Rufi et al., 2023</i>)	Polític / Medi ambient / Etnicitat / Immigració / Economia / Seguretat / Salut / Serveis / Esport / Internet i xarxes / Igualtat / Habitatge / Treball / Guerra / Dana / Incendi / Altres
	4. Àmbit	Internacional / Nacional / No especificat
	5. València	Si/No
VERIFICACIÓ	6. Verificació	Si / No
	7. Font difusora	Si / No
	8. Font comprovadora	Si / No
ENGAGEMENT	9. M'agrada	
	10. Comentaris	
	11. Guardat	
	12. Compartit	
TEMÀTICA DEL CONTINGUT		Explicació / ONG / Defuncions / Informació de servei / Embassaments / Estafes / Causa de la dana / Ajudes econòmiques / Diferents informacions

Taula 3. Xifres dels perfils el 27/05/25.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Seguidors	115.917	35.097	3.398	354
M'agrada	1.711.564	456.369	65.001	5.947
Vídeos publicats	1.077	709	157	171
Primera publicació	03/07/2019	19/10/2020	18/10/2021	13/10/2023

Font: Elaboració pròpia.

Taula 4. Publicacions el 2024.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Publicacions	248 (0,67)	219 (0,59)	46 (0,12)	142 (0,38)

Font: Elaboració pròpia.

RESULTATS

Aspectes formals

En primer lloc, amb l'objectiu d'aconseguir una perspectiva més àmplia a l'hora d'analitzar els comptes escollits, se n'ha identificat la quantitat de seguidors, els m'agrades del perfil, el total de vídeos publicats i la data de la primera publicació. Amb aquestes dades s'identifica que @malditobulo és el compte amb les xifres més altes en tots els camps indicats, a més de ser el perfil amb la trajectòria de publicacions més àmplia (des del 3 de juliol de 2019). Considerant la primera publicació de cadascun dels perfils, @newtraltiktok és el segon amb més recorregut (des del 19 d'octubre de 2020), seguit d'@efeverifica (18 d'octubre de 2019) i @verificat.es (13 d'octubre de 2023). El nombre seguidors i de m'agrades és, en tots els casos, més baix com més recent és el compte. En canvi, pel que fa a la quantitat de publicacions, verificat.es presenta catorze publicacions més que @efeverifica, tot i tindre quasi dos anys menys d'activitat.

Per a obtindre la resposta a la PI1 s'ha comptat el total de publicacions fetes pels quatre perfils estudiats, i aquest nombre s'ha dividit pels 366 dies de

l'any 2024 (que va ser de traspàs). Així, s'ha pogut identificar el perfil @malditobulo com el compte amb més freqüència de publicació (0,67), seguit de @newtraltiktok (0,59), @verificat.es (0,38) i @efeverifica (0,12).

Pel que fa al format de les publicacions (PI2), @malditobulo presenta el major nombre de vídeos (246) i el menor d'imatges fixes (2); @newtraltiktok ha compartit 101 vídeos i ha efectuat 118 publicacions en forma d'imatges fixes; de les 46 publicacions de @verificat.es, 40 son vídeos i 6 son imatges fixes; @verificat.es ha compartit 102 vídeos i 40 imatges estàtiques. Tots els perfils, a excepció de @newtraltiktok, han fet més publicacions en format vídeo que com a imatges fixes.

Pel que fa a la durada dels vídeos publicats, en el perfil @malditobulo predomina el contingut d'entre 30 segons i 1 minut de durada. Aquesta tendència també la comparteixen @newtraltiktok i @efeverifica. En el cas de @verificat.es, la durada que més es repeteix és d'entre 1 i 2 minuts.

Temàtica del contingut

En resposta a la PI3, en @malditobulo i @efeverifica preval el contingut polític amb 34 (13,71%) i 12

Taula 5. Format de les publicacions el 2024.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Vídeo	246 (99,19)	101 (46,12)	40 (86,96)	102 (71,83)
Imatge fixa	2 (0,81)	118 (53,88)	6 (13,04)	40 (28,17)

Font: Elaboració pròpia.

Taula 6. Durada dels vídeos.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
-30"	60 (24,39)	42 (41,58)	2 (5,00)	7 (6,86)
30"-60"	134 (54,47)	43 (42,57)	32 (80,00)	23 (22,55)
61"-120"	51 (20,73)	15 (14,85)	5 (12,50)	71 (69,61)
+120"	1 (0,41)	1 (0,99)	1 (2,50)	1 (0,98)

Font: Elaboració pròpia.

Taula 7. Temes.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Polític	34 (13,71)	31 (14,16)	12 (26,09)	23 (16,20)
Medi ambient	27 (10,89)	9 (4,11)	2 (4,35)	12 (9,15)
Immigració	22 (8,87)	4 (1,83)	6 (13,04)	5 (3,52)
Economia	6 (2,42)	9 (4,11)	1 (2,17)	3 (2,11)
Seguretat	7 (2,82)	12 (5,48)	1 (2,17)	5 (3,52)
Salut	10 (4,03)	40 (18,26)	4 (8,70)	33 (23,24)
Serveis	18 (7,26)	7 (3,20)	2 (4,35)	5 (3,52)
Esport	9 (3,63)	21 (9,59)	1 (2,17)	2 (1,41)
Etnicitat	20 (8,06)	1 (0,46)	2 (4,25)	5 (3,52)
Dana	23 (9,27)	6 (2,74)	2 (4,25)	4 (2,82)
Incendi	1 (0,40)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Internet i xarxes	27 (10,89)	11 (5,02)	5 (10,87)	15 (10,56)
Igualtat	8 (3,23)	12 (5,48)	3 (6,52)	3 (2,11)
Habitatge	6 (2,42)	9 (4,11)	0 (0)	1 (0,70)
Guerra	2 (0,81)	3 (1,37)	2 (4,35)	3 (2,11)
Treball	4 (1,61)	10 (4,57)	0 (0)	1 (0,70)
Altres	24 (9,68)	34 (15,53)	3 (6,52)	21 (14,79)

Font: Elaboració pròpia.

(36,09%) publicacions, respectivament. D'altra banda, la salut ha sigut el tema a què més han recorregut @newtraltiktok i @verificat.es, amb 40 (18,26%) i 33 (23,24%) publicacions. Una primera classificació ens ha permès comptabilitzar en @malditobulo 23 publicacions (9,27%) relacionades amb la dana; en @newtraltiktok, 6 (2,74); en @efeverifica, 2 (4,25); i en @verificat.es, 4 (2,82%). Respecte de l'incendi produït en l'edifici del barri de Campanar, únicament s'ha localitzat una publicació (0,40%) en el perfil de @malditobulo.

Abordant la quarta pregunta d'investigació (PI4), s'ha localitzat un major nombre de contingut d'àmbit nacional (Espanya) front a l'internacional (altres països) en @malditobulo (133-68), @newtraltiktok (90-78) i verificat.es (55-37). En el cas d'@efeverifica, el

nombre de publicacions d'àmbit internacional és major al de les de caràcter nacional (37-7). Una part del contingut s'ha classificat com a «no especificat» perquè no fa referència directa a un àmbit territorial concret, com pot ser el cas de l'explicació d'estafes, alguns temes de salut o la promoció de serveis.

Si ens fixem en la zona geogràfica a la qual fa referència el contingut i centrem l'atenció en la Comunitat Valenciana (PI5), @malditobulo suma un total de 24 publicacions sobre esdeveniments produïts en algun punt de la Comunitat Valenciana: 1 al respecte de l'incendi de Campanar i 23 sobre la dana; en els perfils de @newtraltiktok i @efeverifica, totes les publicacions sobre la Comunitat Valenciana han versat al voltant de la dana (6 i 2, respectivament); @verificat dedica 4 publicacions a la dana i 1

Taula 8. Àmbit territorial.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Internacional	68 (27,42)	78 (35,62)	37 (80,43)	37 (26,06)
Nacional	133 (53,63)	90 (41,10)	7 (15,22)	55 (38,73)
No especificat	47 (18,95)	51 (23,29)	2 (4,35)	50 (35,21)

Font: Elaboració pròpia.

Taula 9. Publicacions sobre la Comunitat Valenciana.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Incendi	1 (4,17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Dana	23 (95,83)	6 (100)	2 (100)	4 (80)
Altres	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)

N; (% sobre el total de publicacions sobre la Comunitat Valenciana). Font: Elaboració pròpia.

Taula 10. Contingut de verificació

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Verificació	140 (56,45)	25 (11,42)	40 (86,96)	82 (69,00)
No verificació	108 (43,55)	194 (88,58)	6 (13,04)	60 (42,25)

N; (%). Font: Elaboració pròpia.

Taula 11. Fonts d'informació.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Font de la notícia falsa	56 (40,00)	7 (28,00)	9 (22,50)	50 (60,98)
Font confirmadora	102 (72,86)	16 (64,00)	33 (82,50)	76 (92,68)

N; (% sobre el total de les publicacions de verificació). Font: Elaboració pròpia.

Taula 12. M'agrades de les publicacions.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	1017167	105334	6302	4430
Mitjana	391,5	52,5	25,5	9
Mínim	23	1	1	0
Màxim	208200	35800	3136	843

Font: Elaboració pròpia.

Taula 13. Comentaris de les publicacions.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	51886	12300	149	0
Mitjana	35	3	0,5	0
Mínim	0	0	0	0
Màxim	4419	3082	44	0

Font: Elaboració pròpia.

Taula 14. Guardats de les publicacions.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	147725	8034	288	332
Mitjana	30	3	1	1
Mínim	0	0	0	0
Màxim	46300	1450	120	54

Font: Elaboració pròpia.

Taula 15. Comparticions de les publicacions.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	257787	5195	138	268
Mitjana	24,5	1	0	0
Mínim	0	0	0	0
Màxim	81800	964	64	71

Font: Elaboració pròpia.

vídeo que ha sigut classificat com a temàtica «immigració», en el qual s'afirma que les declaracions que es presenten «van passar durant una xarrada feminista a València durant el 6 de març passat».

Verificació

Amb la PI6, preguntant-nos sobre la verificació de notícies, s'han obtingut uns resultats que identifiquen @malditobulo com el compte amb un nombre més gran de publicacions (140) que han servit per a verificar una informació o notícia, seguit de @verificat.es (82), @efeverifica (40) i, finalment, @newtraltiktok (25).

ficat.es (82), @efeverifica (40) i, finalment, @newtraltiktok (25).

En el reconeixement de les fonts encarregades de difondre la notícia que es verifica i les autoritats que han permès aquesta verificació es troba la resposta a la PI7 i la PI8. En aquesta ocasió, @verificat és el perfil que ha mostrat de manera explícita en un percentatge més alt tant l'origen de la informació com els mitjans usats per a la verificació. @efeverifica presenta el percentatge més baix en la identificació de la font emissora del missatge que es comprova,

Taula 16. Durada dels vídeos d'àmbit valencià.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
-30"	5 (20,83)	3 (50,00)	0 (0)	0 (0)
30"-60"	14 (58,33)	1 (16,67)	0 (0)	0 (0)
61"-120"	4 (16,67)	0 (0)	2 (100)	4 (80,00)
+120"	1 (4,17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Imatge fixa	0 (0)	2 (0)	0 (0)	1 (20,00)

N; (% sobre el total de vídeos d'àmbit valencià). Font: Elaboració pròpia.

Taula 17. Temàtica dels vídeos d'àmbit valencià.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Explicació	1 (4,17)	1 (16,67)	0 (0)	0 (0)
ONG	0	2 (33,33)	1 (50,00)	1 (25,00)
Defuncions	8 (33,33)	1 (16,67)	0 (0)	0 (0)
Informació de servei	2 (8,33)	0 (0)	0 (0)	2 (50,00)
Embassament	5 (20,83)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Estafes	1 (4,17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Causa de la dana	3 (12,50)	0 (0)	0 (0)	1 (25,00)
Ajudes econòmiques	2 (8,33)	2 (33,33)	0 (0)	0 (0)
Diferents informacions	2 (8,33)	0 (0)	1 (50,00)	0 (0)

N; (% sobre el total de vídeos d'àmbit valencià). Font: Elaboració pròpia.

mentre que @newtraltiktok és el perfil amb el percentatge més baix de referències a les autoritats que permeten contrastar per a confirmar, desmentir o matisar la informació.

Engagement

Finalment, s'ha abordat el nivell d'interacció per part dels usuaris i usuàries de TikTok en relació amb el contingut analitzat (PI9). Si ens fixem en el nombre total de reaccions, la mitjana, els màxims i els mínims de cada publicació, @malditobulo ha sigut el compte amb més m'agradaes, comentaris, guardats i compartits, tant en valors absoluts com en la resta de càlculs efectuats, en què presenta la mitjana més elevada i els

màxims més alts. No hem d'oblidar la importància de tindre en compte el nombre de seguidors del perfil (taula 3) ni la possibilitat de viralització de part del contingut: trobem publicacions com la compartida el 28 de febrer de 2024 per @malditobulo, que té 208.200 m'agradaes, 4.419 comentaris, 46.300 guardats i 39.200 comparticions. En canvi, el mateix perfil presenta continguts amb 23 m'agradaes, cap comentari, 6 guardats i 5 compartits.

La verificació a la Comunitat Valenciana

Quant al format del contingut en què la ubicació principal de la notícia ha sigut un punt de la Comunitat Valenciana, aquest no ha diferit de les prioritats

Taula 18. Contingut de verificació d'àmbit valencià.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Verificació	16 (66,67)	4 (66,67)	2 (100)	4 (80,00)
No verificació	8 (33,33)	2 (33,33)	0 (0)	1 (20,00)

N; (% sobre el total de vídeos d'àmbit valencià). Font: Elaboració pròpia.

Taula 19. Fonts d'informació en el contingut d'àmbit valencià.

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Font de la notícia falsa	7 (29,17)	0 (0)	0 (0)	1 (20,00)
Font confirmadora	11 (45,83)	4 (66,67)	2 (100)	4 (80,00)

N; (% sobre el total de vídeos de verificació). Font: Elaboració pròpia.

Taula 20. M'agrades de les publicacions

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	163834	1787	73	117
Mitjana	2602	63	36,5	17
Mínim	101	21	16	1
Màxim	53500	1405	57	47

Font: Elaboració pròpia.

Taula 21. Comentaris de les publicacions

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	10150	1326	13	0
Mitjana	239,5	17,5	6,5	0
Mínim	6	1	0	0
Màxim	2319	1190	13	0

Font: Elaboració pròpia.

de @malditobulo, on el 58,33% del contingut valencià presenta una durada d'entre 30 segons i 1 minut (14 vídeos), ni de @verificat.es, amb 4 vídeos d'entre 1 i 2 minuts (80%). El compte @newtraltiktok ha compartit majoritàriament vídeos de menys de 30 segons (3 publicacions, el 50%) i en el cas d'@efeverifica, els 2 vídeos d'entre 1 i 2 minuts suposen el 100% del contingut dedicat a la Comunitat Valenciana.

D'acord amb la classificació per temàtica (PI10), @malditobulo ha fet vuit publicacions al voltant d'informació relacionada amb defuncions. Un dels exemples el trobem en el vídeo compartit el 6 de novembre de 2024. El contingut parla d'una desinformació relacionada amb el pàrquing del Centre Comercial Bonaire (Aldaia), que fa referència a diferents fets com la troballa de dos-cents xiquets morts en aquest estacionament soterrani, la imatge d'un bus plorant eixint a l'exterior o la presència d'un camió frigorífic amb cadàvers.

En el cas de @newtraltiktok, el perfil presenta les xifres més altes amb dues publicacions de temàtica ONG i amb dues d'etiquetades com a Ajudes econòmiques. Pel que fa a les ONG, a tall d'exemple, un vídeo del 7 de novembre ens parla de l'acusació a associacions com Càritas o Creu Roja per ajudar els immigrants a Canàries però no haver visitat València. Quant a les ajudes econòmiques, Newtral publica el 20 de novembre que circula per xarxes socials una desinformació que afirma que les ajudes de 6.000 euros aprovades per la Generalitat per a les persones que han perdut l'habitatge haurien de tornar-se en un termini de tres mesos.

Dels dos vídeos compartits per @efeverifica, un conté diverses informacions de temàtica variada i l'altre parla d'ONG. El primer mostra sis verificacions fetes per part d'aquest mitjà: el projecte Haarp no va causar les inundacions, València no suspèn el subministrament d'aigua, la demolició de barreres fluvials no va agreujar les inundacions, la presa de Manises no s'ha desbordat, el radar de l'AEMET va funcionar durant la dana i el 112 no ha deixat d'operar. Pel que fa a les ONG, un altre vídeo del 15 de novembre de 2024 recopila diferents afirmacions desinformadores relacionades amb aquestes entitats:

Creu Roja no ha enviat cap voluntari durant la primera setmana, Creu Roja ha enviat ajuda a Gaza mentre ha obviat la situació de València i els treballadors de Càritas estan quedant-se l'ajuda donada i no està repartint-se entre les víctimes.

En el cas de @verificat.es, la informació de servei ha sigut objecte de dues publicacions. Davant l'onada de desinformació, un vídeo del 5 de novembre de 2024 ofereix tres consells per a saber si el que llegim és fals o no: fixar-se en el perfil que fa la publicació, informar-se a través de fonts oficials i mitjans de comunicació i tractar de contextualitzar els vídeos que circulen per internet a partir d'una recerca inversa. La segon publicació, classificada com a Informació de servei, parla de l'activació en els telèfons mòbils de les prealtes de Protecció Civil.

Una altra condició que cal tindre en compte a l'hora d'estudiar el tractament dels fets ocorreguts a la Comunitat Valenciana per part d'aquests perfils és el de la verificació. En aquest sentit, en tots els perfils analitzats predomina la corroboració o refutació d'informació davant el contingut no verificador.

Amb un detall d'anàlisi més gran, @malditobulo, amb set publicacions (29,17%), ha sigut el compte que ha fet més referències explícites a les fonts que difonen desinformació, tot i que percentualment ha sigut la que menys ha citat les autoritats que li han permés comprovar la veracitat de la informació en qüestió.

Un exemple de citació de la font de la notícia falsa el trobem en el vídeo publicat per @malditobulo el 7 de novembre de 2024. Ací veiem en pantalla algunes captures del contingut compartit per perfils amb nom, cognoms i nom d'usuari. Respecte de la font confirmadora, el 4 de desembre de 2024, per exemple, @verificat.es refuta algunes narratives generalitzades al voltant de Creu Roja amb declaracions de la mateixa entitat. La protagonista del vídeo explica que «per a poder saber què és veritat o què no, ens hem de fixar en els comptes de les organitzacions d'ajuda humanitària i també en els mitjans de comunicació, per a poder desmentir el que veiem. En el cas de la Creu Roja, si anem al seus tuits,

Taula 22. Guardats de les publicacions

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	13658	163	3	6
Mitjana	112,5	6,5	1,5	1
Mínim	6	1	1	0
Màxim	5466	128	2	4

Font: Elaboració pròpia.

Taula 23. Comparticions de les publicacions

	@malditobulo	@newtraltiktok	@efeverifica	@verificat.es
Total	17093	168	2	2
Mitjana	108	4,5	1	0
Mínim	15	0	0	0
Màxim	7181	149	2	1

Font: Elaboració pròpia.

veiem que els dies de la dana van publicar contingut on estaven ajudant la gent».

Atenent l'*engagement* generat per les publicacions que hem anomenat d'àmbit valencià, en comparació amb el contingut complet dels comptes, les publicacions que han versat sobre la dana (35) i sobre l'incendi de Campanar (1) presenten en cadascun dels perfils una mitjana més alta, tant de m'agrades com de comentaris, guardats i compartits respecte de la mitjana sobre el total de les publicacions.

CONCLUSIONS

Després d'haver analitzat les 658 unitats publicades pels quatre perfils espanyols de verificació d'informació signataris de la IFCN en TikTok, pot afirmar-se la coexistència de dos tipus de contingut en tots els perfils: el contingut de verificació i el contingut explicatiu. En la majoria de perfils, llevat de @newtraltiktok, el nombre de publicacions de verificació ha sigut superior a l'explicatiu, i hi ha unanimitat a

l'hora de tractar les notícies relacionades amb la dana. Per contra, l'única publicació que parla de l'incendi de Campanar (@malditobulo) és un vídeo que exposa els motius de la ràpida propagació del foc per l'edifici (explicatiu), que demostra la necessitat de crear contingut de les dues maneres.

Si ens centrem en els trenta-cinc vídeos i les tres imatges físiques que ens parlen de la dana, com apunten Calvo, Llorca-Abad i Cano-Orón en *Bulos y barro*, aquesta catàstrofe va suposar la producció d'un gran nombre de desinformacions (Calvo *et al.*, 2025). Arribats a aquest punt, és important plantejar la necessitat de fomentar la presència dels perfils de verificació davant situacions de desinformació, ja que difícilment un perfil amb 115.917 seguidors (@malditobulo) podrà fer front a les mentides publicades per perfils amb més de 400.000 seguidors (aquesta xifra s'extrau d'un dels perfils als quals es fa referència en les publicacions estudiades com a font de difusió de desinformació). Trobem, doncs, la necessitat

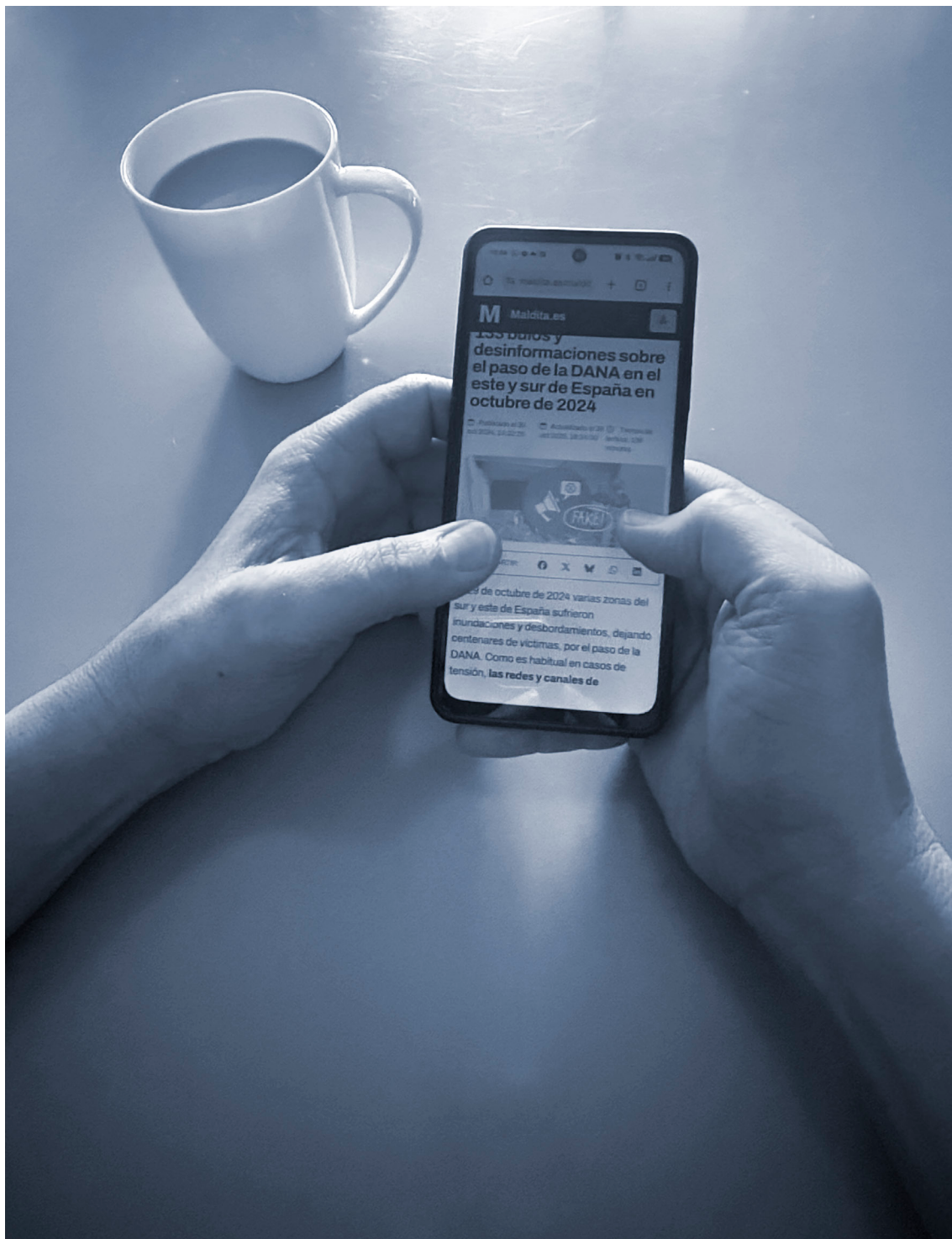


Foto: Alicia Arcís

de desenvolupar ferramentes que aposten per la virilització del contingut verificador davant les afirmacions sense fonament que es difonen per la xarxa.

Un dels símptomes més clars de la desinformació el trobem en la polarització política i social, on destaca la presència d'alguns usuaris que els últims anys s'han consolidat com a líders d'opinió i referents informatius que deixen de banda algunes de les rutines periodístiques que garanteixen la veracitat de la informació, com l'ús de fonts fiables i el contrast d'informació (Fenoll *et al.*, 2024). Aquests discursos es tradueixen sovint en un rebuig cap als mitjans de comunicació (Senso, 2020), que són entesos com a subjectes manipuladors, un fet que posa en dubte la idoneïtat d'internet com a font d'informació.

Davant les pràctiques desinformadores, cal destacar la funció pedagògica d'alguns perfils de verificació, especialment de @verificat.es. A través dels vídeos publicats, aquest compte de TikTok explica de manera detallada la manera en què ha contrastat la informació que presenta, enumerant els passos que hem de seguir quan trobem l'alerta d'una possible desinformació. Amb les dades extretes de l'anàlisi, podem confirmar que l'audiència trobarà en els verificadors d'informació un aïllat per a fer front a la desinformació, no únicament amb el consum del contingut verificador, sinó rebent les ferramentes necessàries per a treballar de manera individual una informació sospitosa de ser falsa.

Quant a les limitacions d'aquest treball, futures investigacions tenen l'oportunitat d'estudiar el grau de confiança dels usuaris davant les publicacions en què s'especifica d'on provenen les notícies falses i s'expliciten les autoritats que permeten contrastar aquesta informació. A més, resultarà interessant comprovar la presència de la desinformació en comparació amb les verificacions en el cas de notícies concretes per a dimensionar quanta gent rep la informació falsa i quanta acaba tenint accés a la verificació.

BIBLIOGRAFIA

- Agencia Estatal de Meteorología (2024) *Informe sobre el episodio meteorológico de precipitaciones torrenciales y persistentes ocasionadas por una DANA el 29 de octubre de 2024*. AEMET. <https://repositorio.aemet.es/handle/20.500.11765/16360>
- Ajuntament de València (2024, febrer 24) *València está de luto*. <https://www.valencia.es/es/-/pleno-extraordinario-duelo-incendio-campanar>
- Arcos, I., Rosso, P., i Salaverría, R. (2025) «Divergent Emotional Patterns in Disinformation on Social Media? An Analysis of Tweets and TikToks about the DANA in Valencia». *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2501.18640>
- Bennett, W.L. i Livingston, S. (2020) «A Brief History of the Disinformation Age: Information Wars and the Decline of Institutional Authority». In W.L. Bennett & S. Livingston (Eds.). *The Disinformation Age* (pp.3-40). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628.001>
- Calvo, D., Cano-Orón, L., & Llorca-Abad, G. (2025). *Bulos y barro: Cómo la DANA ejemplifica el problema de los desórdenes informativos*. Catarata.
- Ceballos-del-Cid, Y., Gómez-Calderón, B., & Córdoba-Cabús, A. (2025) «Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: un análisis diacrónico (2021-2023)»- [Social Media and News Consumption among Young Spaniards: A Diachronic Analysis (2021-2023)]. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 16(1), e28010. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.28010>
- Consorcio Provincial de Bomberos de Valencia.(2024, 26 de febrero) *Comunicado del Consorcio de Bomberos de Valencia sobre el incendio de Campanar*. <https://www.bombersdv.es/es/comunicado-del-consorcio-de-bomberos-de-valencia-sobre-el-incendio-de-campanar/>
- Domínguez, T. (2024, marzo 12) «La Policía confirma que un electrodoméstico de la cocina del piso 86 originó el incendio de Campanar». *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2024/03/12/incendio-campanar-policia-confirma-electrodomestico-cocina-piso-86-origen-fuego-99356036.html>
- European Commission (2021, abril 9) *Disinformation: A threat to democracy*. Shaping Europe's Digital Future. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/disinformation-threat-democracy-brochure>

- Fenoll, V., Gamir-Ríos, J., & Alonso-del-Barrio, E. (2024) «Política, ideología, populismo y desinformación. La verificación de la comunicación política de los partidos espanyoles». *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 30(4), 843.
- García-Marín, D. & Salvat-Martinrey, G. (2022) «Viralizar la verdad. Factores predictivos del engagement en el contenido verificado en TikTok». *Profesional de la información*, v. 31, n. 2, e310210. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.10>
- Generalitat Valenciana (2024) *Municipis afectats per la dana. Vicepresidència Primera i Conselleria de Serveis Socials, Igualtat i Habitatge*. <https://habitatge.gva.es/es/web/vivienda-y-calidad-en-la-edificacion/ajudes-urgents-lloguer-dana/municipis-afectats-per-la-dana>
- Gobierno de España (2025, mayo 28) *Actualización de datos del Gobierno de España*. <https://www.lamoncloa.gob.es/info-dana/Paginas/2025/280525-datos-seguimiento-actuaciones-gobierno.aspx>
- Hidalgo-Cobo, P., Serrano Villalobos, O., & Puebla Martínez, B. (2025) «Desinformación en la guerra de la Ucrania: análisis de las agencias de verificación españolas en TikTok». *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 40, 19-41. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2224>
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020) «Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok». In *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science*. 257-266. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>
- Ministerio de Sanidad & Conselleria de Sanitat (2024, 6 de noviembre) *Evaluación rápida de riesgo: Lluvias torrenciales y catástrofe natural en la Comunitat Valenciana*. https://www.san.gva.es/documents/d/sanidad/20241107_evaluacion-riesgos_dana-valencia-pdf
- Morejón-Llamas, N., Ramos-Ruiz, Á., & Cristòfol, F. J. (2024) «Comunicación institucional y política en TikTok: Revisión sistemática de la producción científica en Web of Science y Scopus». *Communication & Society*, 37(2), 159-177. <https://doi.org/10.15581/003.37.2.159-177>
- Parlamento Europeo (2025) *Encuesta sobre la juventud europea 2024: Eurobarómetro del Parlamento Europeo-Febrero 2025*. Parlamento Europeo. https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2025/2/press_release/20250210IPR26795/20250210IPR26795_es.pdf
- Peña-Fernández, S., Larrondo-Ureta, A. & Morales-i-Gras, J. (2022) «Current affairs on TikTok. Virality and entertainment for digital natives». In *Profesional de la información*, v. 31, n. 1, e310106. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.06>
- Pérez Rufi, J. P., Expósito-Barea, M., & Pérez Gómez, M. Á. (2023) «El fact-checking de Maldita.es en TikTok: el lenguaje visual de Maldito Buló». En V. Guarinos Galán & M. Blanco Pérez (Coords.), *Universos distópicos y manipulación en la comunicación contemporánea: del periodismo a las series pasando por la política* (pp. 988-1006). Dykinson. <https://idus.us.es/items/c0671cd2-e309-4220-ae3e-36f77da2c9c1>
- Poynter Institute. (s.d.) *About the IFCN Code of Principles. International Fact-Checking Network*. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/about>
- Rojas, F. (2020) «El fact checking. Las agencias de verificación de noticias en España». *bie3: Boletín IEEE*, (18), 1492-1505. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7552125>
- Senso C. (2020) *Fascismo mainstream: Periodismo, conspiraciones, algoritmos y bots al servicio de la extrema derecha*. Autoedición.
- Sierra, A. (2024) «WhatsApp desplaza a Facebook como red social informativa líder en España». En *Digital News Report España 2024* (pp. 94-101). Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. ISSN: 2792-8187.
- Wardle, C. and Derakhshan, H. (2017) *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*, volume 27. Council of Europe, Strasbourg. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>