

Artículo de Investigación

Trazabilidad de datos informativos. Un análisis comparativo entre España, Portugal y Reino Unido

Informative Data Traceability: A Comparative Analysis between Spain, Portugal, and the United Kingdom

Graciela Padilla Castillo¹: Universidad Complutense de Madrid, España.
gracielp@ucm.es

Fecha de Recepción: 31/03/2025

Fecha de Aceptación: 07/05/2025

Fecha de Publicación: 12/05/2025

Cómo citar el artículo:

Padilla-Castillo, G. (2024). Trazabilidad de datos informativos. Un análisis comparativo entre España, Portugal y Reino Unido. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-2116>

Resumen:

Introducción: La trazabilidad de datos informativos emerge como un concepto crucial en el ámbito de la comunicación, prometiendo revolucionar la gestión de la información en la era digital. Este estudio analiza los sistemas regulatorios en España, Portugal y Reino Unido, enfocándose en la promoción de la transparencia y la lucha contra la desinformación. **Metodología:** La metodología combina una exhaustiva revisión bibliográfica con el análisis de normativas, códigos deontológicos y documentos de organismos reguladores en los tres países. **Resultados:** Los resultados revelan enfoques diferentes pero con objetivos comunes. España muestra debilidades en la autoridad reguladora, Portugal destaca por un marco regulatorio sólido, y Reino Unido emplea un sistema mixto de autorregulación y supervisión estatal. **Discusión:** Son numerosos los desafíos para implementar sistemas de trazabilidad efectivos y la necesidad de colaboración entre múltiples actores. **Conclusiones:** El éxito en la implementación de estos sistemas dependerá de la capacidad de adaptación a un entorno mediático en constante evolución, con el potencial de mejorar significativamente la calidad y confiabilidad de la información.

Palabras clave: trazabilidad; ética; deontología; información; datos; verificación; legislación europea; prácticas periodísticas.

¹ Graciela Padilla Castillo: Universidad Complutense de Madrid (España).

Abstract:

Introduction: The traceability of informative data emerges as a crucial concept in the field of communication, promising to revolutionize information management in the digital age. This study analyses the regulatory systems in Spain, Portugal, and the United Kingdom, focusing on the promotion of transparency and the fight against disinformation. **Methodology:** The methodology combines an exhaustive bibliographic review with the analysis of regulations, ethical codes, and documents from regulatory bodies in the three countries. **Results:** The results reveal different approaches but with common objectives. Spain shows weaknesses in regulatory authority, Portugal stands out for a solid regulatory framework, and the United Kingdom employs a mixed system of self-regulation and state supervision. **Discussion:** There are numerous challenges to implementing effective traceability systems and the need for collaboration between multiple actors. **Conclusions:** The success in implementing these systems will depend on the ability to adapt to a constantly evolving media environment, with the potential to significantly improve the quality and reliability of information.

Keywords: traceability; ethics; deontology; information; data; verification; European legislation; journalistic practices.

1. Introducción

Esta investigación deriva del Proyecto I+D Comunidad de Madrid para jóvenes doctores, convocatoria PR/27/21, titulado *Trazabilidad, Transparencia y Acceso a la Información: Estudio y Análisis de las dinámicas y tendencias en el campo*, referencia PR27/21-017, duración 2022-2024, que no sólo busca contribuir al conocimiento académico en el campo de la Comunicación y las Ciencias de la Información, sino también proporcionar una hoja de ruta sobre trazabilidad de la información, para legisladores, periodistas, medios y redes sociales, en su lucha contra la desinformación.

Fruto de una colaboración internacional entre España, Portugal y Reino Unido, el estudio se enfocó en examinar la trazabilidad de la información europea con el propósito de contrarrestar la proliferación de desinformación que afecta a los ciudadanos en las plataformas de redes sociales (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2020; Blas Ghiggo *et al.*, 2022; Padilla-Castillo, 2022; Barrio, 2023; Palacios *et al.*, 2023) que en época de la pandemia de covid-19 alcanzó niveles exacerbados (Vial-Gallardo, 2022; Sánchez-Castillo *et al.*, 2023; Encinillas García y Martín Sabarís, 2023; Sanahuja Sanahuja y López Rabadán, 2023; Quian, 2023; Noguera Vivo *et al.*, 2023; Salvador-Mata *et al.*, 2023; Martín Sáez y Miranda García, 2024; Aceituno Silva, 2024). Esta perspectiva comparativa permite identificar buenas prácticas, evaluar la efectividad de diferentes enfoques y proponer soluciones adaptadas a los contextos específicos de cada país, al tiempo que se busca una armonización europea.

La investigación se sitúa en un contexto de creciente preocupación global por la integridad de la información en la era digital, donde la velocidad de propagación de noticias falsas supera a menudo la capacidad de verificación (Blanco *et al.*, 2019; Cabezuelo y Manfredi, 2019; Sádaba y Salaverría, 2023; Palomo, Tandoc y Cunha, 2023; Sinha *et al.*, 2023; Tandoc y Seet, 2023; Turpo-Gebera *et al.*, 2024; Ballesteros-Aguayo y Ruiz del Olmo, 2024). Diversas entidades europeas, tanto a nivel nacional como internacional, han implementado una variedad de estrategias para combatir la desinformación y fomentar el acceso libre a la información (García-Marín, 2021; Tejedor y Sango-Lingorred, 2023).

No obstante, estas iniciativas, a menudo, se quedan en el plano de las recomendaciones, sin llegar a convertirse en obligaciones vinculantes (Díaz, Padilla y Requeijo, 2021; Ufarte *et al.*, 2022; Lamuedra y Ballesteros, 2023; Montiel y Teruel, 2025). Conjuntamente, la diversidad y, en ocasiones, la naturaleza localizada de estas medidas han resultado en avances insuficientes para mejorar elocuentemente las prácticas periodísticas y elevar el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre la información de carácter público (Barrientos-Báez *et al.*, 2019). Este escenario plantea desafíos perentorios para la democracia y la formación de una opinión pública informada (Díaz, Padilla y Requeijo, 2021; Herrero y Herrera Damas, 2021; Sixto *et al.*, 2021; Torres-Romay, 2022; Conde, 2024), subrayando la necesidad de un enfoque cohesivo y efectivo a nivel transnacional.

De acuerdo a esas circunstancias y aspiraciones, los objetivos principales de este artículo son:

1. **Evaluar la Trazabilidad de la Información:** Este fin incluye la propuesta de una definición clara y precisa del concepto de trazabilidad en el contexto informativo. Además, se procederá a enumerar y analizar en profundidad los diversos métodos y herramientas empleados en cada país para garantizar la trazabilidad de la información. Esto abarca tecnologías innovadoras como *blockchain*, sistemas de huellas digitales y otros mecanismos tecnológicos avanzados.
2. **Analizar la Legislación Vigente:** Se realizará un estudio comparativo de los marcos legales existentes en cada país que inciden directamente en la deontología y la trazabilidad de la información. Este análisis abarcará leyes relacionadas con los medios de comunicación, regulaciones sobre protección de datos y normativas específicas en materia de transparencia informativa.
3. **Examinar las Normas Deontológicas:** Implica un análisis detallado de los códigos de ética periodística y las normativas deontológicas que rigen la práctica del periodismo en España, Portugal y Reino Unido. Se busca identificar y comparar las similitudes y diferencias en los enfoques adoptados por estos tres países.

Esta perspectiva multidimensional permitirá obtener una visión integral y comparativa de cómo se aborda la trazabilidad de la información en estos tres países europeos, contribuyendo a la comprensión y mejora de las prácticas informativas en el contexto actual de lucha contra la desinformación.

2. Metodología

La metodología general del proyecto incorpora un enfoque multidisciplinario, que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas. Se realizó un análisis documental exhaustivo de las políticas y legislaciones existentes en cada país y a nivel de la Unión Europea. Además, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con expertos en el campo, incluyendo periodistas, legisladores, académicos y representantes de organizaciones de *fact-checking*. Para complementar estos datos, se implementó un análisis de contenido de una muestra representativa de noticias, y su trazabilidad en las redes sociales, utilizando herramientas de análisis de *big data* e inteligencia artificial.

Para alcanzar los objetivos propuestos, se emplea una metodología de revisión bibliográfica y documental, que abarca diversos aspectos del tema en cuestión. En primer lugar, se lleva a cabo una exhaustiva revisión de la literatura académica, profundizando en artículos científicos, libros y estudios previos relacionados con la deontología periodística, la trazabilidad de la información y las regulaciones mediáticas en España, Portugal y Reino Unido. Esta fase implica una búsqueda minuciosa en bases de datos académicas reconocidas, con el fin de establecer un sólido marco teórico y conceptual que sustente la investigación.

Seguidamente, la metodología se centra en el análisis y comentario detallado de las normativas y códigos deontológicos específicos de cada país (España, Portugal, Reino Unido), así como de las leyes y regulaciones europeas relevantes en la materia. Este proceso implica un estudio comparativo de los principales códigos éticos periodísticos, las leyes nacionales sobre medios de comunicación y las directivas europeas aplicables.

Finalmente, el estudio se completa con un estudio pormenorizado de los documentos emitidos por los organismos reguladores de medios de comunicación en cada país. Esto incluye el análisis de informes anuales, estudios de casos específicos y otras publicaciones relevantes de entidades como la CNMC en España, la ERC en Portugal y OFCOM en Reino Unido. Esta fase permite obtener una perspectiva práctica sobre la aplicación real de las normas y principios éticos en el ámbito periodístico, así como evaluar la eficacia de los mecanismos de supervisión y control implementados en cada contexto nacional.

La combinación de estas tres metodologías proporciona una base sólida y multidimensional para el desarrollo de la investigación, permitiendo una comprensión profunda de la trazabilidad de la información, en los tres países objeto de estudio.

3. Resultados

En este apartado, se presentan los hallazgos principales, de acuerdo a los objetivos y a la metodología propuesta, consecuentemente, en varios subapartados.

3.1. *Revisión bibliográfica: el concepto de trazabilidad de la información*

La trazabilidad de la información es un concepto emergente y fascinante que, aunque puede parecer novedoso en el ámbito de la comunicación y los medios, tiene raíces profundas en otros sectores, particularmente en la industria alimentaria. En esencia, la trazabilidad de la información se refiere a la capacidad de rastrear el origen, el recorrido y las transformaciones que experimentan un dato o una pieza de información desde su creación hasta su consumo final. Este concepto, aunque aún en desarrollo en el contexto mediático, promete revolucionar la forma en que se entiende y se gestiona la información en la era digital.

Como consumidores de alimentos, ya estamos acostumbrados a la idea de trazabilidad. Cuando compramos un producto en el supermercado, a menudo podemos encontrar información sobre su origen, fecha de producción, e incluso el lote específico al que pertenece. Esta información nos permite, en caso de necesidad, rastrear el producto hasta su fuente (Velásquez *et al.*, 2022; Araujo-Inastrilla y Vitón-Castillo, 2023; Pacheco-Bermeo *et al.*, 2023). En la industria alimentaria, la trazabilidad es crucial para garantizar la seguridad y la calidad de los alimentos. En caso de intoxicaciones masivas, por ejemplo, permite identificar y retirar rápidamente productos problemáticos del mercado (Maya *et al.*, 2021; Romero-Vera y Cerón-Tatac, 2021).

Trasladando este concepto al mundo de la información, la trazabilidad puede ofrecer beneficios similares. En un mundo donde la desinformación y las noticias falsas son preocupaciones crecientes (Padilla-Castillo, 2012; Brandariz *et al.*, 2023; Nuevo-López *et al.*, 2023; Conde, 2024), la trazabilidad de la información puede ser una herramienta poderosa para fomentar la transparencia y la confianza en los medios de comunicación y en la vida política no sólo en Europa sino a nivel mundial, como sostenedora de aquéllos (García-Tabuyo *et al.*, 2019; Sánchez González, 2018).

Sin embargo, implementar un sistema de trazabilidad de la información presenta desafíos únicos. A diferencia de los productos físicos, la información en la era digital se mueve y se transforma a velocidades vertiginosas (Cerdán *et al.*, 2022). Una noticia puede ser compartida, editada y recontextualizada miles de veces en cuestión de segundos (Padilla-Castillo y Rodríguez, 2022; Cenizo, 2024; Egido-Piqueras, 2024; Neira-Placer y Visiers, 2024). Además, la naturaleza descentralizada de internet y las redes sociales complica aún más el seguimiento de la información (Cueva *et al.*, 2023; Del Pino Díaz, 2024).

A pesar de estos desafíos, el potencial de la trazabilidad de la información es enorme. Podría ayudar a los consumidores a navegar el complejo panorama mediático actual, proporcionando herramientas para verificar la autenticidad y la credibilidad de la información que consumen. Para los periodistas y los medios de comunicación, podría ofrecer una forma de demostrar la rigurosidad de su trabajo y diferenciarse en un mercado saturado de contenidos (Rodríguez y Padilla-Castillo, 2018; Cobarsí *et al.*, 2022).

La implementación de sistemas de trazabilidad de la información también podría implicar el uso de tecnologías avanzadas como *blockchain*, que ya se está utilizando en algunas industrias para garantizar la trazabilidad de productos físicos (Martos Carrión, 2018; Tajahuerce y Franco, 2019; Vaca y Dulce-Villarreal, 2024; Xiu, 2024). Estas tecnologías podrían proporcionar un registro inmutable y transparente del viaje de una pieza de información, desde su creación hasta su consumo.

Es importante señalar que, aunque el concepto de trazabilidad de la información es prometedor, aún está en sus etapas iniciales de desarrollo y exploración. Proyectos de investigación como el que sustenta este artículo son cruciales para comprender las implicaciones, los desafíos y las oportunidades que presenta este concepto.

La trazabilidad de la información también plantea cuestiones éticas y prácticas que deben ser cuidadosamente consideradas. Por ejemplo, ¿cómo se equilibra la necesidad de trazabilidad con el derecho a la privacidad y el anonimato, que son cruciales en ciertos contextos periodísticos?, ¿Cómo se implementa un sistema de trazabilidad que sea lo suficientemente robusto para ser confiable, pero lo suficientemente flexible para adaptarse a la naturaleza dinámica de la información digital? Para los grandes medios de comunicación, podría ser una oportunidad para reafirmar su credibilidad y valor. Para los periodistas independientes y los medios más pequeños, de igual manera, podría suponer desafíos en términos de recursos y capacidad técnica para implementar sistemas de trazabilidad.

En última instancia, el desarrollo y la implementación de sistemas de trazabilidad de la información requerirán la colaboración de múltiples actores: medios de comunicación, tecnólogos, legisladores, académicos y, por supuesto, el público. Será necesario un enfoque multidisciplinario para abordar los complejos desafíos técnicos, éticos y prácticos que presenta este concepto. Pero al final, al igual que la trazabilidad en la industria alimentaria ha permitido tener mayor confianza en los alimentos que consumimos, la trazabilidad de la información podría ayudar a consumir información con mayor confianza y discernimiento.

3.2. Normativas y códigos deontológicos en Europa y en España-Portugal-Reino Unido

Los organismos europeos, a nacionales e internacionales, han puesto en marcha diferentes iniciativas para combatir la desinformación y promover el libre acceso a la información. Hasta marzo de 2025, cuando entre en vigor el nuevo Reglamento (UE) 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, por el que se establece un marco común para

los servicios de medios de comunicación en el mercado interior y se modifica la Directiva 2010/13/UE (*Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación*), las recomendaciones no siempre se convierten en obligaciones, son muy variadas y a veces, locales. Hasta el momento, no se han introducido suficientes mejoras para mejorar la dinámica periodística y el conocimiento de la información pública por parte de los ciudadanos, de forma general para todo el continente (Padilla-Castillo, 2024).

Ese nuevo Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación (Reglamento UE 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024), que entrará en vigor en marzo de 2025, tendrá un impacto significativo y multifacético en la industria mediática europea. Este marco regulatorio transformará fundamentalmente la forma en que operan las empresas de medios y las plataformas digitales en la Unión Europea.

Una de las principales consecuencias será un aumento sustancial en la transparencia del sector. Las empresas de medios se verán obligadas a divulgar públicamente la identidad de sus propietarios y de cualquier entidad que ejerza un control significativo sobre la toma de decisiones. Además, deberán proporcionar información detallada sobre sus fuentes de ingresos, incluyendo fondos gubernamentales y publicidad estatal. Esta medida busca arrojar luz sobre las estructuras de propiedad y las influencias financieras que pueden afectar la producción de contenidos.

Por otro lado, la independencia editorial se verá reforzada gracias a las salvaguardas estrictas introducidas por el reglamento. Tanto los medios públicos como los privados estarán protegidos contra injerencias políticas en sus decisiones editoriales, y se establecerán mecanismos para salvaguardar a los periodistas y editores de interferencias externas. Esto podría conducir a un periodismo más libre y crítico en toda la Unión Europea.

En otro punto, las plataformas digitales, especialmente las de gran tamaño, se enfrentarán a nuevos desafíos y responsabilidades. Deberán ajustar sus algoritmos para priorizar contenido fiable y establecer políticas claras sobre moderación de contenidos. Este cambio podría alterar significativamente la forma en que se distribuye y consume el contenido en línea, potencialmente beneficiando a los productores de contenido de calidad y reduciendo la propagación de desinformación (Padilla-Castillo, 2024).

No obstante, y es vital para este análisis, la protección de las fuentes periodísticas se verá fortalecida con el establecimiento de normas mínimas comunes en toda la Unión. Esto incluirá salvaguardas contra el uso de programas de vigilancia intrusiva, lo que podría fomentar un periodismo de investigación más robusto y proteger a los informantes. El reglamento también abordará la medición de audiencias, exigiendo que los sistemas sean imparciales y auditables (Padilla-Castillo, 2024). Este cambio podría tener implicaciones significativas para los modelos de negocio basados en publicidad, potencialmente alterando la distribución de ingresos publicitarios en el sector.

A nivel europeo, el Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación, aprobado en marzo de 2024, marca un hito en la armonización de las normativas de medios de comunicación en la Unión Europea. Este reglamento aplica a todos los prestadores de servicios de medios de comunicación en la UE, incluyendo televisión, radio, prensa y medios digitales, así como a las plataformas digitales que actúan como intermediarios en la difusión de contenidos.

3.3. Organismos reguladores de medios en España-Portugal-Reino Unido

La regulación de la trazabilidad de la información en España, Portugal y Reino Unido se enmarca en un contexto europeo amplio de esfuerzos para combatir la desinformación y promover la transparencia en los medios de comunicación. Este marco común busca armonizar las reglas a nivel europeo, proteger la libertad editorial y asegurar la circulación de información veraz, creando un entorno mediático más justo y equilibrado.

En España, la legislación sobre transparencia y acceso a la información pública ha experimentado avances significativos en los últimos años (Caldevilla Domínguez, 2012), aunque su aplicación al sector mediático sigue siendo limitada. Una de las principales debilidades del sistema español ha sido la autoridad del organismo regulador independiente y sobre todo, la cuantía (pequeña para los medios de comunicación) de sus sanciones.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) asume algunas funciones reguladoras en este ámbito. Creada en 2013, es el organismo encargado de promover y preservar el buen funcionamiento de todos los mercados en interés de los consumidores y de las empresas en España. En el sector audiovisual, tiene la responsabilidad de supervisar y controlar el mercado de comunicación. Sus funciones incluyen la supervisión de la adecuación de los contenidos audiovisuales a la normativa vigente, especialmente en materia de protección de menores, publicidad y accesibilidad.

El problema, como ya se adelantaba, es que las multas impuestas por la CNMC a los medios de comunicación por infracciones son, a menudo, consideradas demasiado bajas para tener un efecto disuasorio. Por ejemplo, las sanciones por infracciones graves entre 100.001 y 500.000 euros, cantidades que pueden resultar poco significativas para grandes grupos mediáticos, pensando en sus presupuestos de producción y en sus ingresos publicitarios.

Por su parte, Portugal ha desarrollado un marco regulatorio sólido y avanzado en el ámbito de los medios de comunicación, con la *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* (ERC) como pieza central. La ERC, creada por la Ley 53/2005 del 8 de noviembre, es un organismo público independiente con autonomía administrativa y financiera. Su misión principal es regular y supervisar todas las entidades que realizan actividades de comunicación social en Portugal, incluyendo agencias de noticias, periódicos, operadores de radio y televisión, y proveedores de contenidos en línea.

La ERC tiene amplias competencias y responsabilidades, que incluyen garantizar el derecho a la información y la libertad de prensa, asegurar que la propiedad de los medios no esté concentrada, velar por la independencia de los medios frente a poderes políticos y económicos, proteger los derechos y libertades de los ciudadanos, y garantizar el respeto al pluralismo y la diversidad de pensamiento.

En cuanto a la transparencia, el país ha implementado medidas específicas. La Ley 78/2015 del 29 de julio, conocida como la *Ley de Transparencia de los Medios*, establece obligaciones claras para los medios. Todos deben registrarse ante la ERC, proporcionando información detallada sobre su propiedad, estructura organizativa y responsables editoriales. Además, están obligados a divulgar sus fuentes de ingresos y financiación. Esta información debe ser actualizada cada vez que se produzcan cambios significativos.

Por último, el Reino Unido ha sido tradicionalmente un referente en cuanto a la regulación de los medios de comunicación. El país cuenta con un sistema mixto que combina la autorregulación con la supervisión estatal. OFCOM es el organismo regulador independiente

para el sector de las comunicaciones, incluyendo la radiodifusión y los servicios digitales. Además, la *Independent Press Standards Organisation* (IPSO) actúa como organismo de autorregulación para la prensa escrita.

Creada en 2003 por la *Communications Act*, OFCOM tiene amplias competencias que abarcan la radiodifusión, las telecomunicaciones, los servicios postales, el espectro radioeléctrico y los servicios digitales. Su función principal es supervisar y controlar el mercado de comunicación audiovisual, asegurando que los contenidos cumplan con la normativa vigente, especialmente en materia de protección de menores, publicidad y accesibilidad.

Complementando el trabajo de OFCOM, la *Independent Press Standards Organisation* (IPSO) actúa como organismo de autorregulación para la prensa escrita. Establecida en 2014 tras el cierre de la *Press Complaints Commission*, IPSO opera bajo un sistema de autorregulación voluntaria y regula más de 1.500 publicaciones impresas y 1.100 digitales, lo que representa aproximadamente el 95% de los periódicos nacionales diarios por circulación.

IPSO se encarga de investigar quejas sobre contenido editorial que pueda infringir el Código de Práctica de los Editores, monitorizar los estándares de la prensa, proporcionar orientación a editores y periodistas, y operar un esquema de arbitraje para reclamaciones legales de bajo costo. Su objetivo es mantener altos estándares periodísticos y proteger al público de la desinformación y el periodismo poco ético.

Sin embargo, el sistema no está exento de críticas. Algunos detractores, como el sindicato *National Union of Journalists*, han cuestionado la independencia y eficacia de IPSO. Además, algunos medios importantes, en el propio país, han optado por no unirse a IPSO y han establecido sus propios sistemas de supervisión independiente.

Finalmente, en noviembre de 2023, el Reino Unido dio un paso más en la regulación del entorno digital con la aprobación de la Ley de Seguridad en Internet (*Online Safety Act*). Esta ley tiene como objetivo hacer que Internet sea más seguro, especialmente para los niños y las mujeres, obligando a las empresas de tecnología a asumir una mayor responsabilidad por el contenido de sus plataformas. La ley introduce medidas enérgicas contra el contenido ilegal y busca minimizar la posibilidad de que los niños encuentren contenidos dañinos e inapropiados para su edad.

4. Discusión

La discusión sobre la trazabilidad de datos informativos en España, Portugal y Reino Unido revela un panorama complejo y en constante evolución, que refleja los desafíos y oportunidades que enfrenta el periodismo en la era digital. El concepto de trazabilidad de la información, aunque emergente en el ámbito de la comunicación, promete revolucionar la forma en que se entiende y gestiona la información, de manera similar a cómo ha transformado la industria alimentaria.

La implementación de sistemas de trazabilidad en el ámbito informativo presenta desafíos únicos, principalmente debido a la velocidad vertiginosa con la que se mueve y transforma la información en el entorno digital. Como señalan Padilla-Castillo y Rodríguez (2022), una noticia puede ser compartida, editada y recontextualizada miles de veces en cuestión de segundos, lo que complica significativamente su seguimiento. Sin embargo, el potencial de la trazabilidad de la información es enorme, ya que podría proporcionar a los consumidores herramientas para verificar la autenticidad y credibilidad de la información que consumen, ayudándoles a navegar por el complejo panorama mediático actual.

El nuevo Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación (Reglamento UE 2024/1083) marca un hito en la armonización de las normativas de medios de comunicación en la Unión Europea. Este reglamento tendrá un impacto significativo en la industria mediática europea, transformando fundamentalmente la forma en que operan las empresas de medios y las plataformas digitales. Como señala Padilla-Castillo (2024), el reglamento promoverá una mayor transparencia en el sector mediático, obligando a las empresas de medios a divulgar públicamente la identidad de sus propietarios y de cualquier entidad que ejerza un control significativo sobre la toma de decisiones.

El análisis comparativo de los sistemas regulatorios en España, Portugal y Reino Unido revela enfoques diferentes, aunque con objetivos comunes en cuanto a la promoción de la transparencia y la lucha contra la desinformación. En España, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) asume funciones reguladoras en el ámbito mediático. Sin embargo, como señalan Ufarte Ruiz *et al.* (2022), una de las principales debilidades del sistema español ha sido la limitada autoridad del organismo regulador y la cuantía relativamente baja de las sanciones impuestas a los medios de comunicación por infracciones.

La implementación efectiva de sistemas de trazabilidad de la información es un desafío complejo que requiere la colaboración y coordinación de múltiples actores en diversos sectores. Como señalan Cobarsí Morales *et al.* (2022), esta tarea multifacética demanda un enfoque holístico que aborde los aspectos técnicos, éticos, legales y sociales de la trazabilidad informativa. Los medios, como principales productores y distribuidores de información, deben adoptar prácticas y tecnologías que permitan rastrear el origen y la evolución de las noticias y contenidos que publican. Esto implica implementar sistemas de gestión de datos que documenten meticulosamente las fuentes, los procesos de verificación y las modificaciones realizadas a lo largo del ciclo de vida de una pieza informativa (Padilla-Castillo, 2024).

Los expertos en tecnología también son fundamentales para desarrollar las soluciones técnicas necesarias para implementar sistemas de trazabilidad robustos y eficientes. Como sugieren Araujo-Inastrilla y Vitón-Castillo (2023), tecnologías como *blockchain* podrían proporcionar un registro inmutable y transparente de la información. Es crucial que estas soluciones sean escalables, interoperables y capaces de manejar el volumen y la velocidad del flujo de información en la era digital.

Los legisladores y reguladores tienen la tarea de crear un marco legal y normativo que respalde y fomente la trazabilidad de la información. Esto implica desarrollar leyes y regulaciones que establezcan estándares mínimos de trazabilidad, definan las responsabilidades de los diferentes actores y proporcionen mecanismos de supervisión y cumplimiento. Como señalan Lamuedra-Graván y Ballesteros-Aguayo (2023), es importante que estas regulaciones sean lo suficientemente flexibles para adaptarse a los rápidos cambios tecnológicos y las nuevas formas de producción y distribución de información.

En última instancia, el éxito en la implementación de sistemas de trazabilidad de la información dependerá de la capacidad de todos estos actores para trabajar de manera coordinada y adaptarse a un entorno mediático en constante evolución. El desafío es grande, pero el potencial para mejorar la calidad y la confiabilidad de la información en la era digital es igualmente significativo.

5. Conclusiones

La investigación sobre la trazabilidad de datos informativos en España, Portugal y Reino Unido revela importantes hallazgos y plantea desafíos significativos para el futuro del periodismo y la gestión de la información en la era digital. El concepto de trazabilidad de la información emerge como un elemento crucial en el ámbito de la comunicación y los medios, con un potencial transformador similar al que ha tenido en la industria alimentaria. Se define como la capacidad de rastrear el origen, recorrido y transformaciones de un dato o pieza informativa desde su creación hasta su consumo final, prometiendo revolucionar la forma en que se entiende y gestiona la información en la era digital.

La implementación de sistemas de trazabilidad en el ámbito informativo también presenta desafíos únicos, principalmente debido a la velocidad vertiginosa con la que se mueve y transforma la información en el entorno digital. A diferencia de los productos físicos, una noticia puede ser compartida, editada y recontextualizada miles de veces en cuestión de segundos, lo que complica significativamente su seguimiento. Sin embargo, el potencial de la trazabilidad de la información es enorme, ya que podría proporcionar a los consumidores herramientas para verificar la autenticidad y credibilidad de la información que consumen, ayudándoles a navegar por el complejo panorama mediático actual.

El nuevo *Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación* (Reglamento UE 2024/1083), que entrará en vigor en marzo de 2025, marca un hito en la armonización de las normativas de medios de comunicación en la Unión Europea. Este reglamento tendrá un impacto significativo en la industria mediática europea, transformando fundamentalmente la forma en que operan las empresas de medios y las plataformas digitales. El reglamento promoverá una mayor transparencia en el sector mediático, obligando a las empresas de medios a divulgar públicamente la identidad de sus propietarios y de cualquier entidad que ejerza un control significativo sobre la toma de decisiones.

Por su parte, el análisis comparativo de los sistemas regulatorios en España, Portugal y Reino Unido revela enfoques diferentes pero con objetivos comunes en cuanto a la promoción de la transparencia y la lucha contra la desinformación. En España, la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia* (CNMC) asume funciones reguladoras en el ámbito mediático. Sin embargo, una de las principales debilidades del sistema español ha sido la limitada autoridad del organismo regulador y la cuantía relativamente baja de las sanciones impuestas a los medios de comunicación por infracciones.

Portugal ha desarrollado un marco regulatorio sólido y avanzado, con la *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* (ERC) como pieza central. La ERC tiene amplias competencias y responsabilidades, incluyendo garantizar el derecho a la información, la libertad de prensa, y velar por la independencia de los medios frente a poderes políticos y económicos. Y la Ley de Transparencia de los Medios de 2015 establece obligaciones claras para los medios de comunicación en cuanto a la divulgación de información sobre su propiedad y fuentes de financiación.

En Reino Unido emplean un sistema mixto, que combina la autorregulación con la supervisión estatal. OFCOM actúa como organismo regulador independiente para el sector de las comunicaciones, mientras que la *Independent Press Standards Organisation* (IPSO) se encarga de la autorregulación de la prensa escrita. La aprobación de la *Ley de Seguridad en Internet* (*Online Safety Act*) en 2023 marca un paso adicional en la regulación del entorno digital.

La implantación efectiva de sistemas de trazabilidad de la información es un desafío complejo que requiere la colaboración y coordinación de múltiples actores en diversos sectores. Esta tarea multifacética demanda un enfoque holístico que aborde los aspectos técnicos, éticos,

legales y sociales de la trazabilidad informativa. Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en este proceso. Como principales productores y distribuidores de información, deben adoptar prácticas y tecnologías que permitan rastrear el origen y la evolución de las noticias y contenidos que publican. Esto implica implementar sistemas de gestión de datos que documenten meticulosamente las fuentes, los procesos de verificación y las modificaciones realizadas a lo largo del ciclo de vida de una pieza informativa. Además, los medios deben comprometerse con la transparencia, proporcionando a sus audiencias acceso a esta información de trazabilidad de manera clara y accesible.

Los expertos en tecnología también son fundamentales para desarrollar las soluciones técnicas necesarias para implementar sistemas de trazabilidad robustos y eficientes. Esto incluye el diseño de arquitecturas de datos, la creación de algoritmos de seguimiento y la implementación de tecnologías como *blockchain*, que pueden proporcionar un registro inmutable y transparente de la información. Es crucial que estas soluciones sean escalables, interoperables y capaces de manejar el volumen y la velocidad del flujo de información en la era digital.

Por su parte, legisladores y reguladores tienen la tarea de crear un marco legal y normativo que respalde y fomente la trazabilidad de la información. Esto implica desarrollar leyes y regulaciones que establezcan estándares mínimos de trazabilidad, definan las responsabilidades de los diferentes actores y proporcionen mecanismos de supervisión y cumplimiento. Es importante que estas regulaciones sean lo suficientemente flexibles para adaptarse a los rápidos cambios tecnológicos y las nuevas formas de producción y distribución de información.

La comunidad académica también desempeña un papel vital en la investigación y el desarrollo de conceptos, metodologías y mejores prácticas en trazabilidad de la información. Los investigadores pueden proporcionar ideas valiosas sobre los impactos sociales, éticos y psicológicos de la trazabilidad, como ha tratado de hacer este artículo. Además, las instituciones académicas son cruciales para la formación de futuros profesionales en este campo.

6. Referencias

- Aceituno Silva, D. (2024). Ciudadanía digital, fake news y la desinformación. Uso de la estrategia SIFT y el desarrollo del razonamiento cívico online en la escuela. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1–22. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-964>
- Araujo-Inastrilla, C. R. y Vitón-Castillo, A. A. (2023). Blockchain in health sciences: Research trends in Scopus. *Iberoamerican Journal of Science Measurement and Communication*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.47909/ijsmc.56>
- Ballesteros-Aguayo, L. y Ruiz del Olmo, F. J. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: el *deepfake* como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1–14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>
- Barrientos Báez, A., Caldevilla Domínguez, D. y Vargas Delgado, J. J. (2019). El protocolo, la puesta en escena y la persuasión en los debates políticos televisados. *Redmarka. Revista de marketing aplicado*, 23(3), 17–27. <https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.3.5872>
- Barrio, C. (2023). Imágenes, traperas e Instagram. Reflexiones metodológicas netnográficas a

- fuego lento. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(2), 165-173. <https://doi.org/10.5209/tekn.83534>
- Blanco Alfonso I., García Galera, C. y Tejedor Calvo, S. (2019). El impacto de las *fake news* en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Blas Ghiggo, F. G., Uribe-Hernández, Y. C., Cacho Revilla, A. y Valqui Oxolón, J. M. (2022). Modernización del Estado en la gestión pública: Revisión sistemática. *Revista de Ciencias Sociales*, 28, 290-301. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38164>
- Brandariz Portela, T., Ortega Fernández, E. y Padilla-Castillo, G. (2023). Los *millennials* y la honestidad como valor de marca. El caso Goiko en Instagram. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 214-238. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e820>
- Burotto, F. y Ganga-Contrera, F. (2012). Por una ética de la gestión pública. *Revista Polis*, 32. <http://journals.openedition.org/polis/6479>
- Cabezuelo Lorenzo, F. y Manfredi, J. L. (2019). Posverdad, *fake-news* y agenda política en el discurso de Trump en Twitter. *Historia y comunicación social*, 24(2), 449-483. <https://dx.doi.org/10.5209/hics.66291>
- Caldevilla Domínguez, D. (2012). Implicaciones de la nueva ley de financiación de la agrupación Radio Televisión Española (RTVE). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(2), 661-677. https://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n2.41038
- Cenizo, C. (2024). Estrategias de fijación ocular y amor hacia la marca: influencia del género en la Generación Z. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-37. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e893>
- Cerdán Martínez, V., Giménez Sarmiento, A. y Padilla-Castillo, G. (2022). El auge de Vox y el populismo en YouTube antes y durante la pandemia del Covid-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 17-35. <http://doi.org/10.15198/seeci.2022.e751>
- Cobarsí Morales, J., Calvet Liñan, L. y Segundo Martín, E. (2022). Muertes por COVID-19 en España durante la ‘primera ola’: Datos cuantitativos y su tratamiento periodístico. *Revista General de Información y Documentación*, 32(1), 61-91. <https://dx.doi.org/10.5209/rgid.82948>
- Conde, M. A. (2024). Explorando las tendencias y tácticas de control de Internet: un análisis global de los bloqueos y censura en redes sociales. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-19. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e870>
- Cueva Estrada, J. M., Sumba Nacipucha, N., Meleán Romero, R., Artigas Morales, W., Cueva Ortiz, N., y Plaza Quimis, M. (2023). Gestión del contenido en redes sociales, por revistas científicas indexadas en SciELO España. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 194-213. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e834>
- Del Pino Díaz, D. (2024). Javier Milei and managerial populism in Argentina: “The successful entrepreneur as a social benefactor”. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-21. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e882>

- Díaz Altozano P., Padilla Castillo G. y Requeijo Rey P. (2021). Sexualización de niñas en redes sociales: la necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 31-45. <https://doi.org/10.5209/infe.69559>
- Egido Piqueras, M. (2024). Ética, identidad y empleabilidad en la revisión de las redes sociales de los candidatos por parte de los empleadores. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-20. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e889>
- Encinillas García, M. y Martín Sabarís, R. (2023). Desinformación y Salud en la era PRECOVID: Una revisión sistemática. *Revista de Comunicación y Salud*, 13, 1-15. <https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e312>
- García-Marín, D. (2021). Las Fake News Y Los Periodistas De La generación Z. Soluciones Post-Millennial Contra La desinformación. *Vivat Academia*, 154, 37-63. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324>.
- García-Tabuyo, M., Sáez-Martín, A., Alonso-Cañadas, J. y Saraite Sariene, L. (2019). Políticas públicas de transparencia en Sudamérica. ¿Regulación estricta o regulación laxa?. *Revista de Ciencias Sociales*, 25, 224-235. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i1.29610>
- Herrero, E., y Herrera Damas, S. (2021). El *fact-checker* en español alrededor del mundo: Perfil, similitudes y diferencias entre verificadores hispanohablantes. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 49-77. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e725>
- Herrero Curiel, E. y González Aldea, P. (2022). Impacto de las *fake news* en estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. *Vivat Academia*, 155, 1-21. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1415>.
- Lamuedra-Graván, M. y Ballesteros-Aguayo, L. (2023). *Fact-checking* contra la desinformación: aprender a re-en-marcar en el aula y en la redacción periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 905-917. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.88092>
- Martín Sáez, J. L. y Miranda García, F. J. (2024). Desinformación, credibilidad y Covid-19: el caso del programa "Horizonte". *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-509>
- Martos Carrión, E. (2018). De la colaboración fuera de línea a la línea: enfoque teórico sobre los estudios de cooperación humana y la economía colaborativa. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (46), 35-51. <https://doi.org/10.15198/seeci.2018.46.35-51>
- Maya, T., Orjuela, J. A. y Herrera, M. M. (2021). Retos en el modelado de la trazabilidad en las cadenas de suministro de alimentos. *Ingeniería*, 26(2), 143-172.
- Montiel Torres, M. F. y Teruel Rodríguez, L. (2024). Verificadoras. Mujeres En Iniciativas De verificación En Los países Del Sur De La Unión Europea. *Vivat Academia*, 158, 1-22. <https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1548>
- Neira-Placer, P. y Visiers, A. (2023). Los valores asociados a juguetes en los contenidos de canales YouTube: estudio de caso. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-19. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e858>
- Noguera Vivo, J. M., Grandío-Pérez, M. del M., Villar-Rodríguez, G., Martín, A. y Camacho,

- D. (2023). Desinformación y vacunas en redes: Comportamiento de los bulos en Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 44-62. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1820>
- Nuevo-López, A., López-Martínez, F. y Delgado-Peña, J. J. (2023). Bulos, redes sociales, derechos, seguridad y salud pública: dos casos de estudio relacionados. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 120-147. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e286>
- Pacheco-Bermeo, L., Ruiz-Solano, J. y Guzmán-Arias, R., (2023). Guía de trazabilidad en los procesos logísticos de las pequeñas empresas exportadoras de banano. *CEIT*, 8(3), 41-57 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1709>
- Padilla-Castillo, G. (2012). Las series de televisión sobre médicos como ejemplo de enseñanza en nutrición y gastronomía. *Revista Latina de Comunicación Social*, (67), 229-247. <https://doi.org/10.4185/RLCS-067-954-229-247>
- Padilla-Castillo, G. (2021). TikTok como vía de promulgación de la fe católica. En N. Sánchez-Gey Valenzuela y M. L. Cárdenas Rica (Coords.), *La comunicación a la vanguardia: Tendencias, métodos y perspectivas* (pp. 3018-3035). Fragua.
- Padilla-Castillo, G. (2024). Iniciativas e impresiones contra la desinformación en redes sociales. Estudio en las elecciones nacionales del 23-J en España. En J. E. González Vallés, M. Viñarás Abad y F. Marugán Solís (Coords.), *Puentes del Saber. Investigación, Innovación y Transferencia del Conocimiento en la Universidad Contemporánea* (pp. 189-207). Marcial Pons.
- Padilla-Castillo, G. y Rodríguez Hernández, J. (2022). Sostenibilidad en TikTok tras la COVID-19. Los influencers virales en español y sus micro-acciones. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(3), 573-585. <https://doi.org/10.5209/esmp.81133>
- Palacios-López, M., Bonete-Vizcaíno, F. y Gelado-Marcos, R. (2023). New agents of mass disinformation. Analysis of the publications produced by Spanish political influencers on Instagram. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 919-932. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.88576>
- Palomo, B., Tandoc Jr., E.C. y Cunha, R. (2023). El impacto de la desinformación en las rutinas profesionales y soluciones basadas en la inteligencia artificial. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 757-759. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.92160>
- Piñeiro-Otero, T. y Martínez-Rolán, X. (2020). Para Comprender La política Digital – Principios Y Acciones. *Vivat Academia*, 152, 19-48. <https://doi.org/10.15178/va.2020.152.19-48>
- Quian, A. (2023). (Des)infodemia: lecciones de la crisis de la covid-19. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 1-23. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e274>
- Rodríguez Vidales, Y. y Padilla-Castillo, G. (2018). The pure political cinema: the fiction as inspiration - reflection of political spectacularization. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 45, 15-42. <https://doi.org/10.15198/seeci.2018.45.15-42>
- Romero-Vera, J. y Cerón-Tatac, O. (2021). Cadena de suministros en el comercio al por mayor de alimentos: factores estratégicos desde una perspectiva del sector pesquero. *CEIT*,

- 6(6), 462-478. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.778>
- 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, 1-17. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Salvador-Mata, B., Cortiñas-Rovira, S. y Herrero-Solana, V. (2023). La investigación en periodismo y covid-19 en España: mayor impacto académico en citas, aproximaciones metodológicas clásicas e importancia temática de la desinformación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 554-574. <https://doi.org/10.4185/rlds-2023-2001>
- Sanahuja Sanahuja, R. y López Rabadán, P. (2023). Combatir la desinformación desde la gestión de fuentes: comparativa entre modelos periodísticos en el contexto del covid-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 446-473. <https://doi.org/10.4185/rlds-2023-1914>
- Sánchez-Castillo, S., López-Olano, C. y Peris-Blanes, À. (2023). Política, sanidad y desinformación: argumentos en Instagram de los partidos de extrema derecha europea sobre las vacunas contra la COVID-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 210-229. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1870>
- Sánchez González, J. J. (2018). Transparentando los poderes públicos: Gobierno abierto, parlamento abierto y justicia abierta. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 11-30. <https://doi.org/10.37960/revista.v23i81.23466>
- Sinha, A., Kumar, R., Vishwakarma, R. y Basu D. (2023). Unmasking Misinformation: Evolving Roles and Responsibilities of Indian Journalists in the Digital Age. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 807-819. <https://doi.org/10.5209/esmp.85674>
- Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A.-I. y López-García, X. (2021). Sistemas de verificación en medios nativos digitales e implicación de la audiencia en la lucha contra la desinformación en el modelo ibérico. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 41-61. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e738>
- Tajahuerce Ángel, I. y Franco, Y. G. (2019). Periódicos digitales españoles e información sobre robótica e inteligencia artificial: una aproximación a imaginarios y realidades desde una perspectiva de género. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 48, 173-189. <https://doi.org/10.15198/seeci.2019.48.173-189>
- Tandoc, E. y Seet, S. (2023). Winning the game against fake news? Using games to inoculate adolescents and young adults in Singapore against fake news. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 771-781. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.88599>
- Tejedor, S. y Sancho-Ligorred, B. (2023). Cartografía mundial de herramientas, fact-checkers y proyectos contra la info-demia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 933-942. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.87838>
- Torres-Romay, E. (2022). Estrategias comunicativas de los anunciantes españoles frente a la covid-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 51-65. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e771>
- Turpo-Gebera, O., Mango-Quispe, P. y Pérez-Postigo, G. (2024). Cartografía conceptual de la

desinformación mediática en Perú. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1–18.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1560>

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M. y Murcia Verdú, F. J. (2022). Combatir Las Noticias Falsas. El Perfil Profesional Del Verificador De La información En España. *Vivat Academia*, 155, 265-95. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1365>

Vaca, P. A. y Dulce-Villarreal, E. R. (2024). Blockchain para asegurar la integridad y trazabilidad en la cadena de custodia de evidencia digital en informática forense: un estudio de mapeo sistemático. *TecnoLógicas*, 27(60), e3049.
<https://doi.org/10.22430/22565337.3049>

Velásquez-Vélez, M. I., Galvis-Lora, C., Mejía-Córdoba, C. A. y Zapata-Guzman, J. E. (2022). Implicaciones de la acumulación de Cadmio en la cadena productiva del cacao. *Manglar*, 19(4), 391-397. <https://doi.org/10.57188/manglar.2022.049>

Vial-Gallardo, M., Acevedo-Duque, Ángel, Gomes, T. y Araujo Daza, D. (2022). De la comunicación académica al discurso político en torno al COVID-19, en las ciencias políticas. *Revista de Ciencias Sociales*, 28, 313-330.
<https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38166>

CONTRIBUCIONES DE AUTORA, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: Esta investigación recibió financiamiento externo: Proyecto I+D Comunidad de Madrid para jóvenes doctores, convocatoria PR/27/21, titulado *Trazabilidad, Transparencia y Acceso a la Información: Estudio y Análisis de las dinámicas y tendencias en el campo*, referencia PR27/21-017, duración 2022-2024.

Agradecimientos: El presente texto nace en el marco del Proyecto I+D Comunidad de Madrid para jóvenes doctores. Convocatoria PR/27/21. Título: “Trazabilidad, Transparencia y Acceso a la Información: Estudio y Análisis de las dinámicas y tendencias en el campo”. Referencia: PR27/21-017. Duración: 2022-2024.

AUTORA:**Graciela Padilla Castillo**

Universidad Complutense de Madrid (España).

Profesora Titular y Vicedecana de Política Científica y Doctorado, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Doctora en Ciencias de la Información (UCM), con Premio Extraordinario, y Licenciada en Comunicación Audiovisual (Beca de Excelencia y Premio Fin de Carrera) y en Periodismo (Universidad CEU San Pablo). Es Co-IP del Proyecto I+D "La Manosfera en las Redes Sociales. Produsage cultural para revertir los estigmas de género y la cultura del odio" (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades), IP del Proyecto I+D "Trazabilidad, Transparencia y Acceso a la Información: Estudio y Análisis de las dinámicas y tendencias en el campo" (Comunidad de Madrid) y Directora de la revista *Investigaciones Feministas* (Instifem UCM, del que también es miembro). Ha completado su formación internacional en la Universidad de California en Los Ángeles (EE. UU.), con beca total, y en la Universidad Autónoma de Puebla (México).

gracielp@ucm.es

Índice H: 19

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-1393-4817>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55580259900>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=zeT1SLkAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Graciela-Padilla-Castillo-2>

Academia.edu: <https://ucm.academia.edu/GracielaPadillaCastillo>