

La entrevista en estudios sobre desinformación. Revisión metodológica y papel complementario de la Inteligencia Artificial

Interviews in Disinformation Studies: Methodological Review and the Complementary Role of Artificial Intelligence

Carlos Sáenz-Torralba. Universidad de Cádiz (España)

Profesor en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz y Doctorando en Comunicación en la Universidad de Sevilla, donde investiga acerca de las relaciones entre la sociedad y la comunicación digital en las instituciones. Colaborador en la gestión técnica y redes sociales de revistas académicas. Cuenta con una amplia experiencia como comunicador institucional.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0779-417X>

Nuria Sánchez-Gey Valenzuela. Universidad de Sevilla (España)

Doctora en Comunicación y licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla, Profesora en la Facultad de Comunicación de esta universidad. Ha impartido docencia en Universidad Nebrija, VIU y otros centros. Más de 15 años de experiencia en medios audiovisuales. Fue Directora de Comunicación de la Fundación José Manuel Lara (Grupo Planeta). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4891-9134>

Isabel Palomo-Domínguez. Universidad de Mykolas Romeris (Lituania)

Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla (Premio Extraordinario). Profesora e investigadora senior en el Instituto de Comunicación de la Universidad de Mykolas Romeris. Su investigación se centra en Publicidad y Relaciones Públicas, especialmente en la sociedad posdigital. Vicepresidenta de la Asociación de Científicos Españoles en los Países Bálticos (ACEBaltic).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2096-7422>

Artículo recibido: 20/10/2025 – Aceptado: 19/12/2025

Resumen:

Este estudio examina el uso de la entrevista en investigaciones sobre desinformación, identificando sus principales características y analizando cómo se integra la inteligencia artificial (IA), ya sea como objeto de estudio o herramienta metodológica. A partir de una revisión de la literatura y un análisis de contenido híbrido, cuantitativo con aportes cualitativos, se estudian 278 trabajos científicos. Los hallazgos revelan una predominancia de la entrevista semiestructurada y una mayor atención a informantes expertos que al público general. Aunque la IA tiene una presencia creciente en la investigación, solo una minoría de los estudios revisados declara su uso explícito. Se identifican oportunidades para metodologías híbridas y se subraya la necesidad de

mayor transparencia para una integración ética de la IA. El estudio ofrece un panorama actualizado sobre el uso de entrevistas e IA en el análisis de la desinformación.

Palabras clave:

Inteligencia Artificial (IA); Metodología; Ciencias Sociales; Entrevista; Desinformación

Abstract:

This study examines the use of interviews in disinformation research, identifying their main characteristics and analyzing how Artificial Intelligence (AI) is integrated—either as an object of study or as a methodological tool. Based on a literature review and a hybrid content analysis—quantitative with qualitative insights—278 scholarly works were analyzed. The findings reveal a predominance of semi-structured interviews and a greater focus on expert informants over the general public. Although AI is becoming more prevalent in research, only a minority of the reviewed studies explicitly report its use. The results highlight opportunities for hybrid methodologies and emphasize the need for greater transparency to ensure the ethical integration of AI. This study provides an up-to-date overview of how interviews and AI are employed in the analysis of disinformation.

Keywords:

Artificial Intelligence (AI); Methodology; Social Sciences; Interview; Disinformation

1. Introducción

La Inteligencia Artificial (IA) ha transformado diversos ámbitos, incluyendo la generación y difusión de desinformación, lo que ha despertado interés creciente en las ciencias sociales (Chakravorti et al., 2025; Hagerty y Rubinov, 2019; López-Borrull y Lopezosa, 2025). Además de ser objeto de estudio, la IA facilita la investigación al procesar grandes volúmenes de datos, apoyar metodologías cuantitativas y cualitativas, y redefinir preguntas de investigación (Mateos-Abarca y Gamonal-Arroyo, 2024; Lopezosa et al., 2024).

En el ámbito de los métodos cualitativos, la aplicación de la IA se observa especialmente en el análisis de entrevistas (Jiménez-Gómez y García-Ramos, 2019). Este método puede causar confusión con otro similar que es la encuesta. Mientras que la entrevista consta de la exploración profunda, preguntas abiertas e interacción comunicativa, la encuesta es un instrumento estructurado destinado a recopilar opiniones o datos cuantificables (Blanchard Martínez & Martínez Trujillo, 2024). Desde antaño, la entrevista ha sido una de las técnicas más utilizadas en las ciencias sociales y humanas. Su eficacia radica en su capacidad de acceder a análisis profundos, captar las opiniones mayoritarias o dominantes y adaptarse a distintas realidades y contextos con gran flexibilidad. Gracias a ello, permite estudios cualitativos ricos que revelan significados subjetivos, sentimientos y percepciones que otras técnicas más cuantitativas difícilmente alcanzarían (Beaud, 2018; Knott et al., 2022).

Tradicionalmente, el análisis de entrevistas implicaba codificación manual y reflexión interpretativa, tareas que consumen tiempo, pueden limitar el alcance de los estudios (Williams, 2024) y poseen el riesgo de diferencias al aplicar con objetividad y consistencia los mismos criterios al existir cierto margen subjetivo para la valoración interpretativa (Ortloff *et al.*, 2023).

En respuesta, se han desarrollado herramientas de Análisis Cualitativo Asistido por Computadora (CAQDAS) como NVivo o Atlas.ti, que permiten organizar y codificar datos, pero siguen requiriendo una intervención humana intensiva (Williams, 2024). Con el avance del PLN y el aprendizaje automático, hoy es posible automatizar partes de este proceso. La investigación de Sancho-Escrivá *et al.* (2020) mostró que la IA puede ‘mecanizar’ el análisis y facilitar la identificación de temas relevantes, acelerando el proceso investigativo sin sustituir completamente la mirada cualitativa (Sancho-Escrivá *et al.*, 2020).

Recientemente, los modelos de lenguaje generativo (LLMs) han sido usados para sugerir preguntas de seguimiento en entrevistas semiestructuradas, mostrando que la IA puede complementar el juicio del entrevistador y enriquecer la recolección de datos (Zhang *et al.*, 2025).

De modo similar, Lopezosa *et al.* (2024) ilustran con ejemplos prácticos cómo usar ChatGPT y otros servicios para asistir en cada etapa de la investigación cualitativa por entrevistas. A su vez, Berraquero-Rodríguez y Cristófol-Rodríguez (2025) llaman la atención sobre la necesidad de herramientas de IA capaces de rastrear y articular relatos dispersos en múltiples plataformas para mejorar la investigación de historias en entornos transmedia.

No obstante, la integración de la IA en el análisis de entrevistas no está exenta de críticas (Herrero de la Fuente *et al.*, 2025). La automatización de la codificación puede chocar con los principios interpretativistas, ya que mientras los algoritmos aplican reglas explícitas, el análisis cualitativo tradicional valora la interpretación contextual y subjetiva de los discursos (Osorio-González y Peinado-Gil, 2019; Williams, 2024). Sin embargo, un planteamiento híbrido, en el que la IA agiliza la identificación de patrones temáticos pero es el investigador quien valida e interpreta los hallazgos, parece abogar por la validez e integridad de la investigación (Chang *et al.*, 2021). En esta misma línea, investigaciones recientes en relaciones públicas, como la de Sáenz-Torralba *et al.* (2025), destacan que la gestión de la desinformación requiere comprender las narrativas organizacionales y los flujos de información desde una perspectiva comunicativa integral, aspecto que puede potenciarse mediante herramientas de IA para detectar patrones discursivos.

Complementariamente, diversos estudios han empleado la IA para investigar fenómenos comunicativos de alto impacto social, como la desinformación y las narrativas públicas.

Las historias que circulan en redes sociales influyen fuertemente en la opinión pública. Finlayson e Islam (2025, párr. 3) demostraron que la IA puede ir “más allá del análisis superficial del lenguaje” para descifrar las dinámicas persuasivas de la información falsa. A su vez, Skumanich y Kim (2024) aplicaron minería de texto a redes sociales marginales para identificar los términos clave que dominan cada periodo, revelando cómo cambian los temas de un mes a otro. Estos hallazgos muestran que las técnicas de IA pueden cuantificar cómo se construyen y transforman narrativas de desinformación, complementando el enfoque cualitativo con datos empíricos de tendencias discursivas.

Sin embargo, al igual que en el ámbito metodológico, el uso de IA en el estudio de discursos sociales exige reflexión crítica. Manfredi-Sánchez y Ufarte-Ruiz (2019) subrayan que la desinformación es un fenómeno ‘polimórfico’ y complejo y, aunque la IA ofrece herramientas poderosas para combatirla, también plantea retos éticos sobre privacidad y los sesgos en el análisis. Asimismo, Micaletto-Belda y Polo-Serrano (2024) advierten que el uso de IA en contextos de crisis plantea retos de control y transparencia, recordando que la tecnología debe complementarse con el juicio crítico del investigador, como ya hicieron Chang *et al.* (2021).

Los riesgos éticos que implica la IA se abordan con especial interés por parte de instituciones como COPE (Committee on Publication Ethics), también por las principales casas editoriales. Un reciente estudio advierte que aún no existe un consenso pleno sobre los límites éticos del uso de la IA en la metodología de investigación. No obstante, las instituciones incluidas en dicho estudio coinciden en destacar que todas las investigaciones que apliquen la IA a funciones que superen la mera corrección estilística de la redacción han de reconocer explícitamente su uso (Office of the Ombudsperson for Academic Ethics and Procedures, 2025).

Frente a este imperativo ético, autores como Liang *et al.* (2024) denuncian que, si bien el empleo de herramientas de IA en la investigación crece de forma acelerada, aún son escasos los casos de investigadores que declaran con transparencia su uso. Del mismo modo que Chen *et al.* (2024) advierten sobre el periodo de inmadurez en el que aún nos encontramos: señalan que quedan abiertas muchas interrogantes y retos sobre la integridad en la aplicación de la IA en la investigación, al tiempo que lamentan la falta de normalización del modelo de declaración de uso.

Considerando este planteamiento inicial, nuestra investigación se centra en el triángulo formado por tres vértices: la entrevista, como método de investigación; la desinformación, como objeto de estudio; y la IA, como objeto de estudio y/o como complemento del método de investigación. Así, el objetivo principal es examinar la evolución y el papel de la entrevista como método de investigación en los estudios sobre desinformación, con especial énfasis en los relacionados con la IA.

Como objetivos específicos, se plantean:

- OE1: Analizar el uso de la entrevista como método en investigaciones sobre desinformación en el ámbito de las ciencias sociales.
- OE2: Identificar las principales modalidades de entrevista empleadas y sus enfoques metodológicos (cualitativos, cuantitativos o mixtos) aplicados al estudio de la desinformación en ciencias sociales.
- OE3: Explorar el diseño metodológico de los trabajos de ciencias sociales que utilizan la entrevista para investigar la desinformación y que incluyen la IA, ya sea como parte de su objeto de estudio y/o del método de investigación.

2. Diseño del análisis metodológico de la literatura revisada

El diseño metodológico de este estudio integra dos procedimientos complementarios: la revisión de la literatura y el análisis de contenido. La revisión de la literatura se orienta a la búsqueda, selección y examen crítico de fuentes científicas, con el objetivo de describir, sistematizar y comprender los avances existentes en torno al objeto de estudio. Este proceso permite obtener una visión panorámica de la producción académica, detectar tendencias y reconocer vacíos de investigación (Booth *et al.*, 2016; Palomo-Domínguez *et al.*, 2025).

Por su parte, el análisis de contenido constituye una técnica de investigación sistemática que posibilita examinar el material seleccionado bajo criterios objetivos, replicables y verificables (Ragin, 2014). Según Berelson (1952), su finalidad es describir de manera objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de las comunicaciones. Estudios como los de Neuendorf (2017) muestran que esta técnica admite enfoques tanto cuantitativos como cualitativos, combinando la clasificación estadística de categorías con la interpretación profunda de significados.

Esta investigación adopta un enfoque mixto, que combina un análisis cuantitativo, basado en la categorización de variables presentes en los estudios revisados; y un componente cualitativo, centrado en el análisis interpretativo de los hallazgos y en la identificación de tendencias, aportes y limitaciones de los estudios examinados.

Los autores declaran haber seguido las directrices del Committee on Publication Ethics sobre el uso de herramientas de IA (COPE, 2024). El diseño metodológico de la investigación ha sido desarrollado íntegramente por los autores. La IA, en concreto la popular herramienta ChatGPT, se utilizó como apoyo en el cribado de unidades de análisis, proceso en el que se realizaron chequeos aleatorios de los resultados generados por la IA para garantizar su validez.

Fase 1: Revisión de la literatura

Se realizó una búsqueda exhaustiva de la literatura científica en la base de datos Scopus y Web Of Science, elegidas por su relevancia y amplia cobertura en ciencias sociales y comunicación, aunque implica un pequeño sesgo de exclusión de estudios relevantes no indexados. Se reconoce este margen como limitación.. Se emplearon los términos de búsqueda ‘disinformation’ e ‘interview’ (en singular y plural), en el periodo de 2020 a 2024. La elección de 2020 responde a la creciente atención académica por la desinformación a raíz de la pandemia de COVID-19 y 2024 al último año finalizado.

Esta búsqueda arrojó un total de 459 trabajos científicos en Scopus y 0 en Web Of Science, por lo que se decide excluir esta última base de datos. Tras la eliminación de duplicados, textos no accesibles y aquellos que no cumplían los criterios de selección, se delimitó la muestra de estudio (N=278), compuesta por aquellos trabajos que investigaban la desinformación mediante la entrevista.

A continuación, sobre la muestra seleccionada, se añadió un tercer término de búsqueda, ‘artificial intelligence’, lo que permitió identificar 15 trabajos científicos. De nuevo, tras la pertinente criba, se delimitó la submuestra de análisis (n=14), formada por los trabajos científicos que investigaban la desinformación mediante la entrevista e incluían la IA, ya fuese como parte del objeto de estudio y/o como complemento metodológico.

En resumen, la descripción completa de la estrategia de revisión queda de la siguiente manera:

Tabla 1
Obtención de la muestra y submuestra

BÚSQUEDA DE LA MUESTRA	<ul style="list-style-type: none"> • Cadenas de búsqueda empleadas (TITLE-ABS-KEY): <ul style="list-style-type: none"> ◦ "Disinformation" AND "interview" ◦ "Disinformation" AND "interviews" • Filtros aplicados: tipo de documento (artículos). • Fechas exactas de la búsqueda: 2020-2024.
REGISTROS INICIALES (459)	
REGISTROS EXCLUIDOS POR CRITERIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criterios de inclusión: estudios que emplean entrevistas como parte del diseño metodológico para investigar desinformación. • Criterios de exclusión: trabajos duplicados, artículos que no utilizan directamente la entrevista.
MUESTRA FINAL (N=278)	
FILTRADO	<ul style="list-style-type: none"> ◦ AND "artificial intelligence"
SUBMUESTRA IA (n=14)	

Fase 2: Análisis de contenido

La segunda fase consistió en aplicar un análisis de contenido al corpus previamente seleccionado, utilizando un enfoque metodológico mixto.

Por un lado, se aplicó un análisis cuantitativo de contenido categorial para identificar patrones metodológicos comunes en los estudios que empleaban entrevistas para investigar desinformación. Estas categorías incluyeron 1) el tipo de entrevistas, 2) los temas abordados, 3) el perfil de las personas entrevistadas y 4) la ejecución técnica del método. Éstas se decidieron tras la lectura del resumen de cada trabajo de investigación y se almacenaron manualmente en una hoja de Excel.

Por otra parte, se llevó a cabo una lectura interpretativa de los resultados desde una perspectiva cualitativa, discutiéndolos en relación con la literatura previa y planteando conclusiones.

3. El uso de la entrevista y la IA en las investigaciones sobre desinformación

Previamente a la presentación de los resultados, corresponde hacer dos apreciaciones. La primera es sobre la relación entre los tamaños de los principales conjuntos de análisis: la submuestra ($n=14$) representa el 5% de la muestra ($N=278$), es decir, el 5% del total de los trabajos que emplean entrevistas para investigar la desinformación incluye la IA como parte de su objeto de estudio o de la metodología.

La segunda se refiere al período temporal que cubre la submuestra: a pesar de haberse realizado una búsqueda sistemática de 2020 a 2024, no se ha identificado ningún estudio que incluya la IA previo a 2022. Esta circunstancia podría deberse a varios motivos: por una parte, el aumento progresivo de la relevancia de la IA; por otra, que la IA no se utilizara como herramienta metodológica antes de esa fecha, o que, de utilizarse, los investigadores no consideraran necesario declarar su uso.

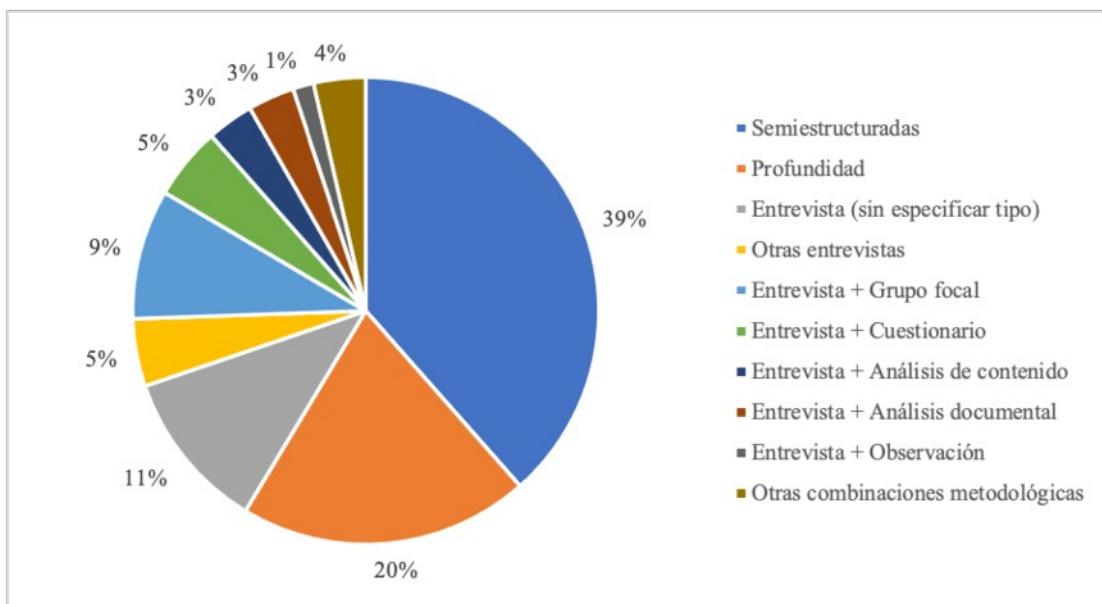
3.1. Tipos de entrevista

Los tipos de entrevista se estudian a través de dos subcategorías principales: entrevistas como único método de investigación o entrevistas combinadas con otros métodos. A su vez, dentro de cada una de ellas, se identifican diferentes variedades. En la muestra ($N=278$), dos tercios de los trabajos científicos seleccionados utilizan la entrevista como método de investigación único (207 trabajos, 74,5%), mientras que el tercio restante (71 trabajos, 25,5%) combina la entrevista con otras herramientas metodológicas.

Dentro de la primera subcategoría, los tipos de entrevista predominantes son las entrevistas semiestructuradas (107, 38,5%) y las entrevistas en profundidad (56, 20,1%). Otros estudios no detallan el tipo de entrevista que emplean (31, 11,2%) o utilizan otras tipologías más específicas (13, 4,7%), entre las que se incluyen las entrevistas a expertos o informantes clave, entrevistas longitudinales, narrativas y etnográficas (ver Figura 1).

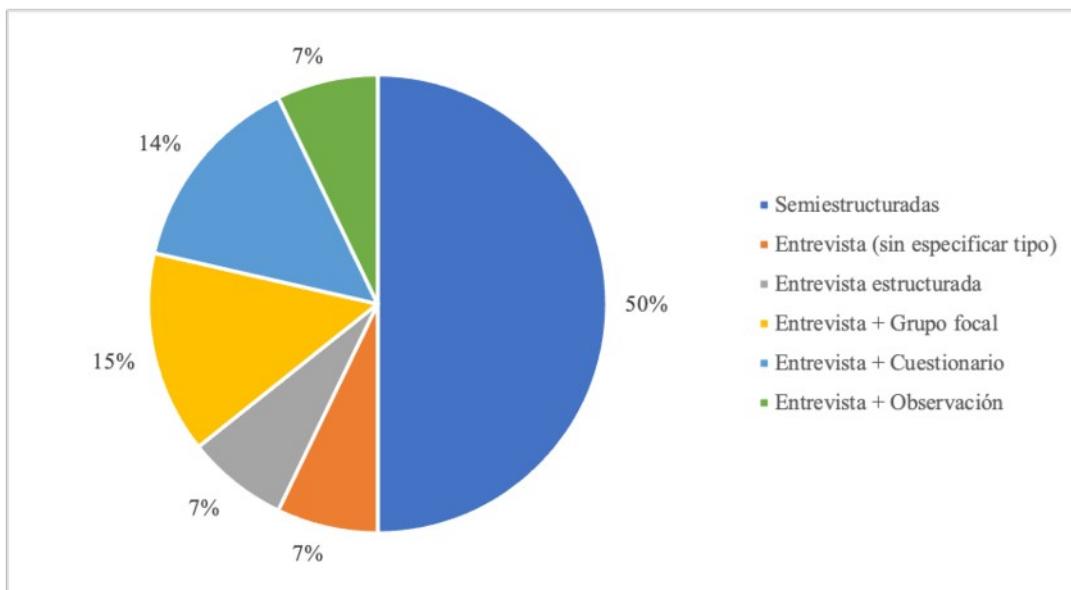
En la subcategoría de investigaciones que incorporan otras herramientas metodológicas, la combinación más recurrente es la entrevista con grupos focales (25, 9%), a la que le siguen la implementación conjunta de entrevista con cuestionario (14, 5%), con análisis de contenido (9, 3,2%), con análisis documental (9, 3,2%) y con observación (4, 1,4%) (ver Figura 1).

Figura 1
Tipos de entrevista observados en la muestra (N=278)



Al centrarnos en la submuestra (n=14), los tipos de entrevista más utilizados coinciden con los considerados prevalentes en la muestra. Así, la mitad de la submuestra (7 trabajos) utiliza la entrevista semiestructurada como único método de investigación. Por otra parte, en los artículos que incorporan otras técnicas de investigación complementarias, destacan los diseños metodológicos basados en entrevistas y grupos focales, así como en entrevistas y cuestionarios; en ambos casos, se identifican 2 trabajos, lo que supone un 14,3% de la submuestra, respectivamente (ver Figura 2).

En la submuestra también se observan otros tipos de entrevista: entrevista descrita de forma genérica (sin determinar su diseño), entrevista estructurada y entrevista combinada con observación, presentes en un único trabajo (7,1% de la submuestra) en cada uno de los casos (ver Figura 2).

Figura 2*Tipos de entrevista observados en la submuestra (n=14)*

Un análisis más pormenorizado de la submuestra ($n=14$) permite identificar que solo seis trabajos declaran utilizar herramientas de IA como complemento de la metodología de investigación. En esta *subsubmuestra* ($n_{IAMet}=6$), el tipo de entrevista predominante es, de nuevo, la entrevista semiestructurada, que aparece en el 50% de los trabajos. Los otros diseños metodológicos que se identifican son: la entrevista estructurada, la entrevista con grupos focales y la entrevista con cuestionarios, cada uno de ellos en un único trabajo, lo que representa en cada caso un 16,7%.

La Tabla 2 muestra los diseños metodológicos que se repiten en los tres conjuntos de análisis mencionados (muestra, submuestra y *subsubmuestra*), indicando el número de trabajos y el porcentaje que cada uno representa. En los tres conjuntos de análisis, la entrevista semiestructurada es el tipo de entrevista predominante, con porcentajes muy similares. Los otros diseños corresponden a combinaciones de la entrevista con el grupo focal o con el cuestionario.

Tabla 2*Diseños metodológicos comunes en los cuatro conjuntos de análisis (N, n y n_{IAMet})*

Tipos de entrevista	N=278	n=14	$n_{IAMet}=6$
Semiestructurada	107 (38,5%)	7 (50%)	3 (50%)
Entrevista + Grupo focal	25 (9%)	2 (14,3%)	1 (16,7%)
Entrevista + Cuestionario	14 (5%)	2 (14,3%)	1 (16,7%)

En el corpus analizado, las entrevistas semiestructuradas predominan por su flexibilidad, mientras que las estructuradas aparecen sobre todo en estudios orientados a la verificación de hipótesis. También se observan variaciones en el nivel de detalle

metodológico reportado, desde descripciones exhaustivas de guion y procedimiento hasta menciones muy superficiales. Estos contrastes son relevantes porque afectan la comparabilidad entre investigaciones y presentan retos para la reproducibilidad, un aspecto crítico cuando se emplean entrevistas como herramienta para estudiar desinformación.

3.2. Temas de investigación

Para analizar las temáticas abordadas en la submuestra ($n=14$), se consideran tres subcategorías. La primera subcategoría engloba cinco trabajos (35,7%) que reflexionan sobre la repercusión social de la desinformación. La segunda enmarca seis investigaciones (42,9%) que ahondan en estrategias para combatir la desinformación. Finalmente, se considera una tercera subcategoría de miscelánea que agrupa tres estudios (21,4%) con temas más diversos, aunque con el denominador común de observar la desinformación como un reto para el sector de la comunicación y los medios. La Tabla 3 detalla los temas tratados en la submuestra.

Tabla 3
Temas abordados en la submuestra ($n=14$)

Subcategorías	Descripción de los temas
Repercusión social de la desinformación (5 trabajos, 35,7%)	Estudio multicomponente sobre vacunas; Diseño IA y salud pública; IA generativa y acceso a información sanitaria fiable; Diseño tecnológico para emergencias; Desafíos sociales y tecnológicos
Estrategias para combatir la desinformación (6 trabajos, 42,9%)	Gobernanza tecnológica contra fake news; Capacitación y herramientas en verificación; Uso de IA para la verificación de datos; Uso de IA para combatir manipulación; Uso de IA y alfabetización contra desinformación; Uso de IA generativa en educación
Miscelánea (3 trabajos, 21,4%)	Percepciones sobre el futuro y la profesión periodística; Defensa de infraestructura crítica; Análisis de factores y entorno

3.3. Perfil de las personas entrevistadas

Se consideran tres subcategorías para analizar el perfil de las personas entrevistadas en la submuestra ($n=14$). La primera se refiere a expertos en el tema de la investigación; se trata de personas con un conocimiento especializado en el tema que se aborda, invitadas a participar en la investigación para aportar luz a la misma. La segunda subcategoría engloba a participantes de un perfil muy específico y directamente relacionados con el objeto de estudio. La tercera hace referencia al público en general. La Tabla 4 describe estos perfiles.

Tabla 4*Perfiles de personas entrevistadas en la submuestra (n=14)*

Subcategorías	Descripción de los temas
Expertos (8 trabajos, 57,1%)	Expertos en IA; Expertos en seguridad; Expertos en verificación; Fact-checkers profesionales; Fact-checkers en la Península Ibérica; Fact-checkers europeos; Grupos de expertos en determinadas plataformas
Perfil específico relacionado con el objeto de estudio (5 trabajos, 35,7%)	Comunidades de usuarios de una determinada plataformas; Periodistas españoles; Estudiantes de medicina; Profesores y estudiantes; Mujeres que han sobrevivido al cáncer; Padres con niños entre 12 y 17 años
Público general (1 trabajo, 7,1%)	Perfil diverso y amplio

Los resultados muestran una preferencia por entrevistados expertos o con perfiles muy específicos, dado que su conocimiento especializado aporta mayor valor analítico a los testimonios, en comparación con una muestra amplia pero menos específica. En línea con esta reflexión, cobra sentido la baja representatividad de la entrevista dirigida al público general, lo que invita a pensar que para el objeto de estudio de la desinformación y la IA el valor informativo que aporta un entrevistado de perfil diverso, amplio y poco definido es bajo.

3.4. Desarrollo técnico de la entrevista

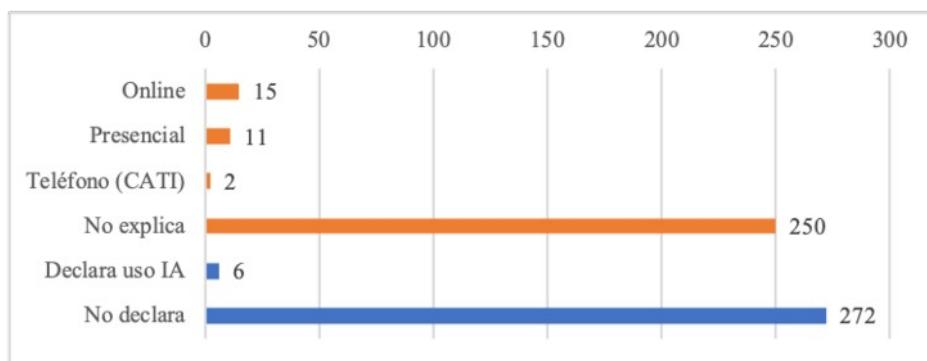
En la categoría del desarrollo técnico de la entrevista se consideran dos subcategorías. La primera hace mención a la modalidad en la que se realiza la entrevista, mientras que la segunda se refiere a si se ha declarado el uso de herramientas asistidas por IA como complemento en el diseño, ejecución o análisis de las entrevistas.

De los trabajos incluidos en la muestra (N=278), llama la atención que solo 28 (10,1%) explican cómo se llevaron a cabo las entrevistas. Entre las opciones observadas, la modalidad predominante es la entrevista realizada a través de medios digitales, descrita en 15 trabajos (5,4 %). Estas investigaciones utilizan términos como: “cuestionario online”, “digital”, “en línea”, “vía Zoom”, “en red”, “vídeo llamada” y “online”, siendo este último la fórmula más empleada. A su vez, 11 trabajos (4% de la muestra) afirman haber realizado las entrevistas de forma presencial. Lo detallan con apreciaciones como: “presencial, grabada y transcrita”, “presenciales grabadas”, “cara a cara” o, simplemente, “presenciales”. Por último, dos trabajos (0,7%) precisan haber realizado

las entrevistas por teléfono, basándose en el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) (ver Figura 3).

También se echa en falta más información sobre el diseño de la entrevista y el tratamiento posterior de los datos. Son escasos los estudios que detallan si estos procesos se han realizado manualmente por los investigadores, si ha habido alguna automatización o si se ha recurrido a herramientas asistidas por IA. Del total de la muestra, solo seis trabajos (2,2%) declaran haber recurrido a la IA como complemento en el proceso metodológico de la entrevista (ver Figura 3).

Figura 3
Modalidad de entrevista y declaración de uso de IA (N=278)



4. Discusión

Los resultados confirman que la entrevista es un método central y versátil en estudios sobre desinformación en ciencias sociales, capaz de abordar fenómenos complejos y captar percepciones profundas (Beaud, 2018; Knott et al., 2022). Predominan los enfoques cualitativos y mixtos, siendo la entrevista semiestructurada el tipo predominante en el total de la muestra (N=278). La entrevista semiestructurada también se impone en la submuestra (n=14), por su capacidad para explorar contextos complejos como el análisis de IA; así como en la subsubmuestra ($n_{IAMet}=6$), al estar favorecida por herramientas de PLN (Lopezosa et al., 2024; Zhang et al., 2025).

Al centrarnos en la submuestra (n=14), estudios sobre cómo combatir la desinformación otorgan mayor relevancia a la IA, reforzando su utilidad para identificar estructuras narrativas y patrones persuasivos (Finlayson e Islam, 2025; Skumanich y Kim, 2024), mientras que los trabajos que examinan la repercusión social de la desinformación subrayan la necesidad de comprender los flujos comunicativos desde una perspectiva integral (Manfredi-Sánchez y Ufarte-Ruiz, 2019; Sáenz-Torralba et al., 2025). Por otra parte, la preferencia por entrevistar a expertos evidencia que el conocimiento especializado aporta en este caso un mayor valor analítico que la diversidad de opiniones generales del público general (Beaud, 2018; Knott et al., 2022; Sáenz-Torralba et al., 2025).

No obstante, apenas un 10,1 % de los estudios de la muestra (N=278) detalla la modalidad de ejecución técnica de la entrevista, lo que supone una limitación

metodológica relevante, pues, como señalan Williams (2024) y Ortloff *et al.* (2023), la claridad en la descripción de los procedimientos es clave para garantizar la replicabilidad y la consistencia interpretativa en la investigación cualitativa. De manera similar, que solo un 2 % de los trabajos declare explícitamente el uso de herramientas de inteligencia artificial contrasta con el auge documentado por Hinojosa-Mamani *et al.* (2024) y Lopezosa *et al.* (2024). Este fenómeno coincide con lo señalado por Liang *et al.* (2024) y Chen *et al.* (2024), quienes advierten que, a pesar del crecimiento acelerado del uso de IA en investigación, persiste una falta de transparencia y normalización en la declaración de su empleo, reflejando un periodo de inmadurez en los estándares de integridad metodológica frente a estas tecnologías.

Por otra parte, resulta llamativo que solo un 5% de los estudios sobre desinformación (14 de 278, n sobre N) incluyan la IA, ya sea como objeto y/o como método de análisis. Esto puede reflejar un avance lento en su incorporación o la menor preferencia de la entrevista para este tipo de análisis. Aunque también es necesario reconocer posibles limitaciones metodológicas de la presente investigación: la selección de palabras clave puede no haber capturado todos los estudios relevantes, y la restricción a trabajos indexados en Scopus podría haber excluido investigaciones valiosas, afectando la representatividad de los hallazgos.

La principal aportación de este estudio es mostrar un panorama actualizado sobre el uso de entrevistas en investigaciones sobre desinformación, identificando brechas metodológicas y ofreciendo reflexiones que pueden orientar futuras metodologías híbridas y buenas prácticas en investigación cualitativa. Los hallazgos subrayan la necesidad de fortalecer la transparencia metodológica en el uso de entrevistas dentro de los estudios sobre desinformación, donde la creciente incorporación de IA en tareas de preparación, transcripción o codificación plantea oportunidades, pero también riesgos relativos a la trazabilidad de decisiones analíticas y la pérdida de contexto interpretativo. A su vez, han existido limitaciones, como el análisis exclusivo en documentos indexados en Scopus, lo que puede dejar fuera literatura relevante no incluida en dicha base de datos. A ello se suma la falta de normalización en cómo los artículos reportan el uso de entrevistas, lo que dificulta la comparación sistemática entre estudios.

Futuras líneas de investigación podrían explorar la integración de la IA en entrevistas mediante metodologías más diversas, evaluar el impacto de los LLMs en tiempo real sobre la calidad del análisis, y ampliar la búsqueda a otras bases de datos y enfoques interdisciplinarios para obtener una visión más completa del uso de la IA en estudios de desinformación.

5. Referencias bibliográficas

- Blanchar Martinez, T. C., & Martinez Trujillo, N. E. (2024). ¿Entrevista o encuesta?: Una diferencia necesaria. *Revista Latina de Comunicación Social*, (83). <https://doi.org/10.4185/rcls-2025-2339>
- Beaud, S. (2018). El uso de la entrevista en las ciencias sociales. En defensa de la entrevista etnográfica. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(1), 175-218. <https://doi.org/10.22380/2539472X.388>
- Berraquero-Rodríguez, D., & Cristófol Rodríguez, F. J. (2025). La marca torero en la narrativa transmedia: El caso de Román Collado. *IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 8(2), 129–145. <https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2025.v08.i02.06>
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review* (2nd ed.). Sage
- Chakravorti, T., Wang, X., Venkit, P. N., Koneru, S., Munger, K., & Rajtmajer, S. (2025). Social scientists on the role of AI in research. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.11255>
- Chang, T., DeJonckheere, M., Vydiswaran, V. G. V., Li, J., Buis, L. R., & Guetterman, T. C. (2021). Accelerating Mixed Methods Research With Natural Language Processing of Big Text Data. *Journal of Mixed Methods Research*, 15(3), 398-412. <https://doi.org/10.1177/15586898211021196>
- Chen, Z., Chen, C., Yang, G., He, X., Chi, X., Zeng, Z., & Chen, X. (2024). Research integrity in the era of artificial intelligence: Challenges and responses. *Medicine*, 103(27), e38811. <https://doi.org/10.1097/MD.00000000000038811>
- Committee on Publication Ethics (COPE). (2024). Authorship and AI tools. <https://publicationethics.org/guidance/cope-position/authorship-and-ai-tools>
- Finlayson, M., & Islam, A. A. (2025, 29 de mayo). Weaponized storytelling: How AI is helping researchers sniff out disinformation campaigns. *FIU News*. <https://news.fiu.edu/2025/weaponized-storytelling-how-ai-is-helping-researchers-sniff-out-disinformation-campaigns>
- Hagerty, A., & Rubinov, I. (2019). Global AI ethics: A review of the social impacts and ethical implications of artificial intelligence. *Global AI Ethics*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1907.07892>
- Herrero de la Fuente, M., Sancho Belinchón, C., & Sedeño López, J. (2025). La IA como herramienta para combatir la desinformación. Planteamiento de un modelo enfocado en los bulos en un contexto electoral. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 41. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2840>

- Jiménez-Gómez, I., & García-Ramos, F. (2019). Métodos con metodología, estudios con objetivo. *Comunicación & Métodos*, 1(1), 5-8.
<https://doi.org/10.35951/v1i1.21>
- Knott, E., Rao, A. H., Summers, K., & Teeger, C. (2022). Interviews in the social sciences. *Nature Reviews Methods Primers*, 2(1), 73.
<https://doi.org/10.1038/s43586-22-00150-6>
- Liang, W., Zhang, Y., Wu, Z., Lepp, H., Ji, W., Zhao, X., ... Zou, J. (2024). Mapping the increasing use of LLMs in scientific papers (arXiv:2404.01268). arXiv.
<https://arxiv.org/abs/2404.01268>
- López-Borrull, A., & Lopezosa, C. (2025). Mapping the impact of generative AI on disinformation: Insights from a scoping review. *Publications*, 13(3), 33.
<https://doi.org/10.3390/publications13030033>
- Lopezosa, C., Goyanes, M., & Codina, L. (2024). Acelerando la investigación cualitativa con inteligencia artificial: una guía práctica para el diseño, desarrollo y ejecución de investigación con entrevistas. *Col·lecció del CRICC. Universitat de Barcelona*.
- Manfredi-Sánchez, J. L., & Ufarte-Ruiz, M. J. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, 49-72. <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49>
- Mateos Abarca, J., & Gamonal Arroyo, R. (2024). Metodologías de investigación y usos de la inteligencia artificial aplicada al periodismo. *Comunicación & Métodos*, 6(1), 90-107. <https://doi.org/10.35951/v6i1.220>
- Micaletto-Belda, J. P., & Polo-Serrano, D. (2024). Influencia de la inteligencia artificial en la comunicación de crisis: perspectivas de los profesionales de la comunicación. *AdComunica*, (28), 53–76.
<https://doi.org/10.6035/adcomunica.8021>
- Office of the Ombudsperson for Academic Ethics and Procedures. (2025). *A Review of Artificial Intelligence Use in the Preparation of Articles for Scientific Journals*. Étikos Tarnyba. <https://etikostarnyba.lt/wp-content/uploads/2025/05/A-Review-of-Artificial-Intelligence-Use.pdf>
- Ortloff, A.-M., Murray, D. S., Carnaghan, J., Felt, A. P., & Reeder, R. W. (2023). Different researchers, different results? Analyzing the influence of researcher experience and data type during qualitative analysis of an interview and survey study on security advice. *CHI '23: Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Article*, 864, 1–21.
<https://doi.org/10.1145/3544548.3580766>
- Osorio-González, J., & Peinado-Gil, F. (2019). Hacia una herramienta metodológica que optimice la eficacia del discurso. *Comunicación & Métodos*, 1(2), 63-76.
<https://doi.org/10.35951/v1i2.26>

- Palomo-Domínguez, I., Černikovaité, M. E., & Jiménez-Marín, G. (2025). NFTs in the digital creative industries: A theoretical review of their impact, applications, and challenges. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 16(2), e29327-e29327. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.29327>
- Sáenz-Torralba, C., Sánchez-Gey Valenzuela, N., & Jiménez-Marín, G. (2025). Evolución y transformación de la comunicación digital de la Iglesia Católica: Una visión a través de la celebración del acto institucional del Jubileo. *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 15(29), 215–240. <https://doi.org/10.5783/revrpp.v15i29.895>
- Sancho-Escrivá, J. V., Fanjul-Peyró, C., Vayá, M. I., Montell, J. A., & Escartí-Fabra, M. J. (2020). Aplicación de la inteligencia artificial con procesamiento del lenguaje natural para textos de investigación cualitativa en la relación médico-paciente con enfermedad mental mediante el uso de tecnologías móviles. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(1), 19–41. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(1\).19-41](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(1).19-41)
- Skumanich, A., & Kim, H. K. (2024). Modes of analyzing disinformation narratives with AI/ML/text mining to assist in mitigating the weaponization of social media. *arXiv:2405.15987*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.15987>
- Williams, R. T. (2024). Paradigm shifts: exploring AI's influence on qualitative inquiry and analysis. *Frontiers in Research Metrics and Analytics*, 9, Article 1331589. <https://doi.org/10.3389/frma.2024.1331589>
- Zhang, H., Liu, Y., Guan, X., Cai, J., & Carroll, J. M. (2025). Harnessing the power of AI in qualitative research: Role assignment, engagement, and user perceptions of AI-generated follow-up questions in semi-structured interviews [Preprint]. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2509.12709>

Financiación: el artículo no ha recibido financiación.

Conflictos de intereses: los autores declaran que no existen.

Traducción al inglés: aportada por los autores.

HOW TO CITE (APA 7^a)

- Sáenz-Torralba, C., Sánchez-Gey Valenzuela, N., & Palomo-Domínguez, I. (2025). La entrevista en estudios sobre desinformación. Revisión metodológica y papel complementario de la Inteligencia Artificial. *Comunicación & Métodos*, 7(2), 119-134. <https://doi.org/10.35951/v7i2.261>