

**Universidad Miguel Hernández de Elche**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de**  
**Elche**

**Titulación de Periodismo**

**Trabajo Fin de Grado**

**Curso Académico 2017-2018**



**Análisis de la metodología del fact-checking:**

**Caso de Chequeado y Ecuador Chequea**

*Analysis of methodology of the fact-checking*

*Case of Chequeado and Ecuador Chequea*

Alumno/a: Alba Dols Hernández

Tutor/a: Miguel Carvajal Prieto



# Índice

1. Resumen	4
2. Abstract	5
3. Introducción	6
3.1. Justificación	6
3.2. Objeto de estudio	7
3.3. Hipótesis y objetivos	7
4. Estado de la cuestión	8
4.1. Evolución global del fact-checking	8
4.2. El fact-checking en América Latina	10
4.3. Ecosistema desinformativo	11
4.4. Tipos de mala información y desinformación	15
4.5. Métodos de verificación en el fact-checking	17
4.5.1. Métodos de verificación según el contenido	19
4.5.2. Métodos de verificación según el formato	21
4.5.3. Pautas de verificación de noticias de alcance	24
4.6. Tendencias en el fact-checking	25
5. Metodología del TFG	27
6. Casos de estudio	28
7. Análisis de Chequeado	28
7.1. Verificación del discurso público	28
7.2. Verificación de bulos	31
7.3. Innovación en Chequeado	31
8. Análisis de Ecuador Chequea	34
8.1. Verificación del discurso público	34
8.2. Verificación de noticias falsas	36
8.3. Participación del usuario	37
9. Conclusiones	38
10. Bibliografía	39
11. Anexos	43

## 1. Resumen

Este trabajo estudia la metodología en el fact-checking o verificación de hechos, técnica que durante los últimos años ha recobrado protagonismo en el periodismo y otras ciencias sociales, para combatir el fenómeno de la desinformación. El proceso de verificación de hechos está basado en la selección de información, la comprobación con diversas fuentes que corroboren y desmientan el contenido y, finalmente, la calificación siguiendo un baremo preestablecido acorde a la verdad de los hechos (de verdadero a falso), junto a la justificación de dicho veredicto.

El marco teórico de este trabajo revisa la evolución global de las iniciativas de verificación de hechos para entender en qué contexto se desarrollan y hacia donde se dirigen. También se estudia la desinformación desde diversos puntos de vista haciendo hincapié en el complejo sistema que atiende a diversos factores. Además, se investigan los diferentes tipos de desinformación hallados hoy que atiende a la tipología, al soporte desde donde se distribuye y a las dinámicas que contribuyen en su difusión. Por último, se presentan las prácticas más estudiadas para verificar información empleadas en las diferentes redes.

Este trabajo se enfoca en concreto en el estudio en profundidad de dos medios de referencia en América Latina. Chequeado, en Argentina, fue el primer proyecto de la región en hacer fact-checking de forma independiente y de participar en la puesta en marcha de otros medios. En segundo lugar, Ecuador Chequea fue el primer medio en Ecuador en realizar fact-checking y uno de los pioneros en la región.

Con todo ello, este trabajo parte de dos hipótesis sobre las tendencias que sigue esta técnica periodística. La primera es que la automatización del método se presenta como una opción para agilizar el proceso de verificación; y la segunda apunta que los medios dedicados al fact-checking están enfocados a fomentar la participación con su comunidad de lectores, con la transparencia entre el medio y la audiencia como eje de este principio.

Palabras clave: fact-checking, metodología, periodismo, innovación, verificación

## 2. Abstract

This work studies the methodology in the fact-checking, a technique that in recent years has regained the prominence in journalism and other social sciences, to combat the phenomenon of disinformation. The process of verification of facts is based on the selection of information, the verification of this with various sources that corroborate and deny the content and, finally, its rating follows a pre-established scale according to the truth of the facts (from true to false), together with the justification of that verdict.

The theoretical framework of this work reviews the global evolution of fact verification initiatives to understand in which context they are developed and where they are headed. The disinformation of diverse points of view is also studied, emphasizing the complex system that attends to various factors. In addition, we investigate the different types of disinformation found today that address the typology, the support from where it is distributed and the dynamics that occur in its dissemination. Finally, the most studied practices to verify information used in the different networks is presented.

The objective of this paper is to focus specifically on the in-depth study of media in Latin America. Chequeado, in Argentina, it was the first organization in the region to independently do fact-checking and to participate in the implementation of other initiatives. Secondly, Ecuador Chequea was the first project in Ecuador to verify the facts and one of the first media outlets in the region.

With all this, this work starts from the hypothesis about the tendencies that this journalistic technique follows. The first is that the automation of the method is presented as an option to speed up the verification process; and the second one point out that the media devoted to the control of facts are focused on the promotion of participation with the community of readers, with transparency between the media and the audience as the axis of this principle.

Keywords: method, fact-checking, digital media, verification, data

### **3. Introducción**

El presente trabajo tiene como finalidad estudiar la metodología usada en la verificación de hechos o *fact-checking* y, para lograrlo, emplea el estudio de caso de dos medios hispanohablantes de referencia: Chequeado y Ecuador Chequea. Este estudio se presenta ante la necesidad de explorar una de las técnicas innovadoras dentro del periodismo, que ha marcado una nueva línea de actuación y recupera la esencia del oficio: pedir explicaciones a quienes marcan la agenda pública. También se estudia cómo es la verificación de bulos y noticias falsas, información falsa o manipulada, que se amplifica en blogs, webs y redes sociales.

Este trabajo parte de un marco teórico que aborda el concepto y la evolución global de las iniciativas de fact-checking, en concreto, en el contexto de América Latina; por otro lado, se estudia el complejo sistema desinformativo que engloba los diferentes tipos de desinformación; por último, se investiga los métodos de verificación digital para la desinformación anteriormente estudiada, así como las tendencias de la metodología del fact-checking.

#### **3.1. Justificación del TFG**

El principal motivo que ha llevado a realizar esta investigación ha sido analizar los métodos de trabajo que siguen dos de los medios de habla hispana dedicados al fact-checking en América Latina, Chequeado y Ecuador Chequea. Con ello, se pretende dar visibilidad al modelo latinoamericano de fact-checking, por su tendencia a la innovación y la participación ciudadana. La decisión se ha visto también influenciada por el incremento exponencial de iniciativas en la región (prácticamente en casi todos los países existe un proyecto dedicado a la verificación de datos), a pesar de algunas limitaciones como el acceso a los datos, las coyunturas sociales y políticas.

Por un lado, Chequeado es la primera organización de Argentina en arbitrar el discurso público de manera independiente en América Latina, pues ha influido con su metodología a otras entidades de la región. Además, este medio lidera la automatización del proceso de verificación en el mundo junto a la inglesa FullFact. Por otro lado, Ecuador Chequea es uno de los primeros medios en la región, inspirado por el método de Chequeado, que ha crecido en gran medida a lo largo de estos años, ampliando su cobertura temática en Ecuador y convirtiéndose en un referente en el país.

La segunda razón ha sido el interés por conocer una especialidad cuya presencia ha sido acogida de forma positiva ante una situación de confusión informativa, debido a su proyección social y por haber tenido en cuenta la labor de visibilizar el fenómeno de la desinformación. Aunque la mentira y la manipulación informativa siempre han existido, nunca como ahora ha supuesto una amenaza a las sociedades democráticas (Soler i Lecha y Woertz, 2017).

### **3.2. Objeto de estudio**

Concretamente, se ha analizado cada método de forma individual tomando como base las directrices que se marcan internacionalmente. En concreto, se estudian los criterios de selección de la información chequeada, así como los pasos que marcan su propia metodología. De igual manera, también se analiza el tipo de información, mala información y desinformación, que manejan según los diferentes canales por los que se difunden. Véase declaraciones políticas en medios digitales, bulos y rumores en redes sociales o noticias falsas.

### **3.3. Hipótesis y objetivos**

La principal hipótesis que plantea este análisis es que el fact-checking se presenta como un modelo de periodismo colaborativo: los medios acercan el método a la ciudadanía con el fin de que participen en la verificación de información que encuentran en la red. La segunda hipótesis es que la automatización del método es una de las tendencias que facilitarán el chequeo en vivo de declaraciones políticas.

Los objetivos principales de este trabajo son estudiar cómo se estructura la metodología de la verificación de hechos en América Latina a través de ambos medios; y analizar cuáles son los criterios utilizados durante el proceso de verificación.

Entre los objetivos específicos, se encuentra:

- a) estudiar las tendencias fact-checking enfocada a la automatización del método y la participación ciudadana en el proceso;
- b) analizar el método de trabajo según los diferentes canales de difusión existentes y tipos de desinformación;

- c) presentar un análisis que sirva como orientación para la puesta en marcha de proyectos periodísticos y estudios académicos posteriores.

#### **4. Estado de la cuestión**

Laura Zommer define los objetivos que persigue el fact-checking en la sociedad actual de la siguiente manera:

“Las organizaciones de fact-checking comparten la misión de verificar el discurso público para fortalecer la democracia, aumentar la rendición de cuentas e incentivar la participación ciudadana mejor informada, con foco en los hechos y la apertura y circulación de más datos fidedignos.” (Zommer, 2015).

La constante evolución de Internet ha traído consigo algunas ventajas como una amplitud de canales, que benefician el flujo de ideas y opiniones transformando la comunicación unidireccional en multidireccional. Sin embargo, esta realidad tiene una doble cara: este sistema también ha favorecido el cultivo de la desinformación que navega por las redes a través de bulos, noticias falsas y declaraciones de políticos que se cuelan como verdaderas sin pasar por ningún filtro.

Este apartado estudia de una manera deductiva el marco teórico de esta especialidad. Se analiza de una forma global cómo ha evolucionado y desde qué directrices se trabajan hasta llegar a los tipos de información falsa o errónea que existen y cuáles son las técnicas usadas para cada elemento de este sistema.

##### **4.1. Evolución del método de verificación**

La evolución de la verificación como labor periodística se ha visto condicionada por el propio avance de Internet. La llegada de teléfonos móviles y blogs como herramientas de creación y difusión permitió a las personas actuar como testigos y retratar en tiempo real lo que ocurría de forma rápida y autogestionada, sobre todo en situaciones de emergencia como accidentes, atentados o conflictos civiles, ampliando de esta manera el número de fuentes de información (Suárez-Villejas, 2017).

Ante esta situación, los medios tradicionales se enfrenaron al desafío de renovar su método para realizar las coberturas y que no quedasen empañadas por información descontextualizada. La cadena británica BBC fue la primera en crear las Unidades de Contenidos Generadas por el Usuario (UCG Hub, por sus siglas en inglés) cuya labor

fue, y sigue siendo, recoger elementos testimoniales, vídeos e imágenes, sobre los acontecimientos, contrastarlos y usarlos como contenido. Hasta entonces, la verificación fue una herramienta empleada antes de la publicación de la pieza periodista. No es hasta principios de la década del 2000 cuando se utiliza sobre la información ya difundida.

La verificación de hechos, tal y como se conoce hoy día, nace en el contexto de las campañas presidenciales con el fin de comprobar la exactitud de las afirmaciones de los políticos y otros líderes con influencia en la opción pública. Redondo (2018) utiliza el término “fact-checking político” para diferenciarlo de otros tipos como la verificación tradicional, dedicada a la comprobación de errores en los textos periodísticos; y de la verificación digital de los UCG Hub. Por otro lado, para Silverman (2014) el fact-checking es una aplicación específica que se enmarca en la verificación tradicional.

Este nuevo enfoque de la verificación se materializa con la aparición de dos medios estadounidenses que hoy en día son referentes. En 2003, Jackson Brooks lanza FactCheck.org que tuvo como propósito comprobar la exactitud de las declaraciones de los principales líderes políticos en Estados Unidos. El trabajo lo llevó a cabo a través de la visualización y análisis de los debates, discursos públicos en televisión y entrevistas.

Más tarde, en 2007, Politifact nace bajo el paraguas de Tampa Bay Times con el objetivo de desmentir las declaraciones de políticos durante la campaña electoral. El equipo liderado por Bill Aldair fue el primero en incluir un sistema de clasificación dentro de la iniciativa interna Truth-o-Meter. Esta cuenta con cuatro tipos de veredicto: “true”, “kinda true”, “half true”, “wrong” (verdadero, parcialmente verdadero, casi verdadero, falso) (Aldair, 2017).

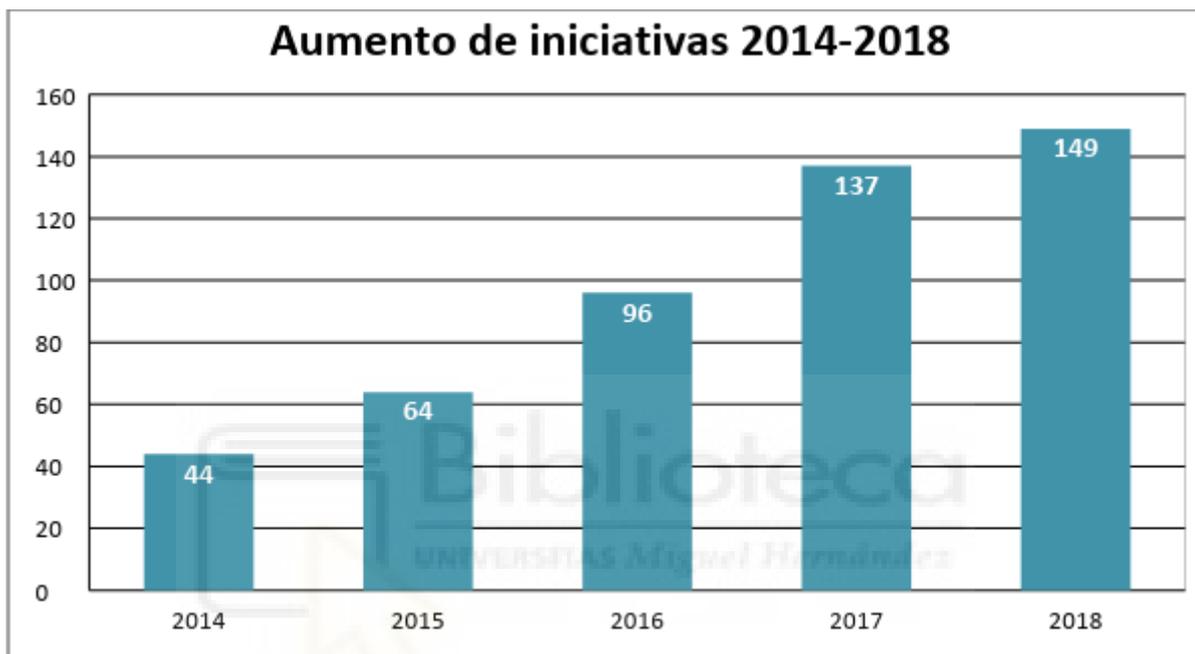
A partir de entonces, las iniciativas comenzaron a aumentar como consecuencia del incremento de las afirmaciones falsas, los bulos y las noticias falsas (Spencel, 2017). Se puede decir que el trabajo de verificadores desmintiendo falsedades cosechó un éxito global. En palabras de Bill Aldair (2016), el fact-checking en aquella época se convirtió en “una forma madura de periodismo”.

De acuerdo con los datos de Duke Reporter’s Lab que lleva recogiendo desde 2014, el número de iniciativas dedicadas al fact-checking alrededor del mundo se sitúa actualmente en 149 proyectos activos y 63 inactivos. Norte América y Europa son las

regiones que más proyectos albergan, sin embargo, otras grandes zonas como África o América Latina están apostando por el fact-checking con un fuerte enfoque innovador.

A continuación, se desglosan según la región:

América	Europa	Asia	África	Australia
60	46	14	4	2



#### **4.2.El fact-checking en América Latina**

En América Latina, el primer foco de fact-checking se posó sobre las declaraciones de políticos durante las elecciones presidenciales. Chequeado, lanzado en 2010, fue la primera organización en impulsar esta técnica en la región siguiendo también el sistema de calificación entre verdadero y falso. Después, surgieron medios que apostaron por incluir al usuario en el proceso, una característica común de los medios latinoamericanos. El polígrafo (El Mercurio, 2013) se dedicó a verificar con datos las afirmaciones de los políticos durante la campaña electoral de ese año, lanzada en su sección dominical impresa. En Costa Rica, El polígrafo (El financiero, 2013) abrió la sección “Rete al candidato”, una aplicación con la que cualquier ciudadano podía seleccionar una afirmación y argumenta por qué es falsa, que luego serían moderadas.

El medio colombiano La Silla Vacía lanzó el Detector de Mentiras en 2014 con claro enfoque innovador incluyendo la verificación de datos en tiempo real, sumándose también a la participación ciudadana en el proceso.

A partir de 2014, la región vivió lo que se ha denominado un *boom* de iniciativas. Algunas nacieron de forma independiente, es el caso de UYCheck (Uruguay, 2014), AOSFatos (Brasil, 2015), Agencia Lupa (Brasil, 2015) o Ecuador Chequea (Ecuador, 2016); y otros proyectos surgieron auspiciados por medios digitales u oenegés: Truco de Agencia Pública (Brasil, 2014), El Sabueso de Animal Político (México, 2015), Con Pruebas de Plaza Pública (Guatemala, 2015), Colombia Check de Consejo de Redacción (Colombia, 2016) y É Isso Mesmo de O Globo (Brasil, 2017).

Actualmente, el número sigue aumentando. Cotejo.info (Venezuela, 2018) y ChileCheck (Chile, 2018) o #Verificado2018 (México, 2017) son los últimos en añadirse a la lista de verificadores de hechos. A continuación, se muestra un gráfico con los datos:

Nombre del medio	País del medio	Medio asociado
Chequeado	Argentina	Foundation of Public Voice
Canal EBC (sección)	Brasil	EBC
Boatos.org	Brasil	Independiente
El polígrafo	Chile	El Mercurio
Truco	Brasil	Agencia Pública
El Detector de mentiras	Colombia	La silla vacía
UYCheck	Uruguay	Independiente
Aos Fatos	Brasil	Independiente
Agencia Lupa	Brasil	Independiente
Con Pruebas	Guatemala	Plaza Pública
El sabueso	México	Animal Político
UOL Conference	Brasil	UOL
Colombia Check	Colombia	Consejo de Redacción
La Precisa	Paraguay	Kultural
Ecuador Chequea	Ecuador	Fundamedios
É isso mesmo	Brasil	O Globo
Chile Check	Chile	Independiente
#Verificado2018	México	Animal Político
Cotejo	Venezuela	Independiente

Gráfico basado en una investigación propia y los datos de Duke Reporter's Lab

### 4.3. Ecosistema desinformativo

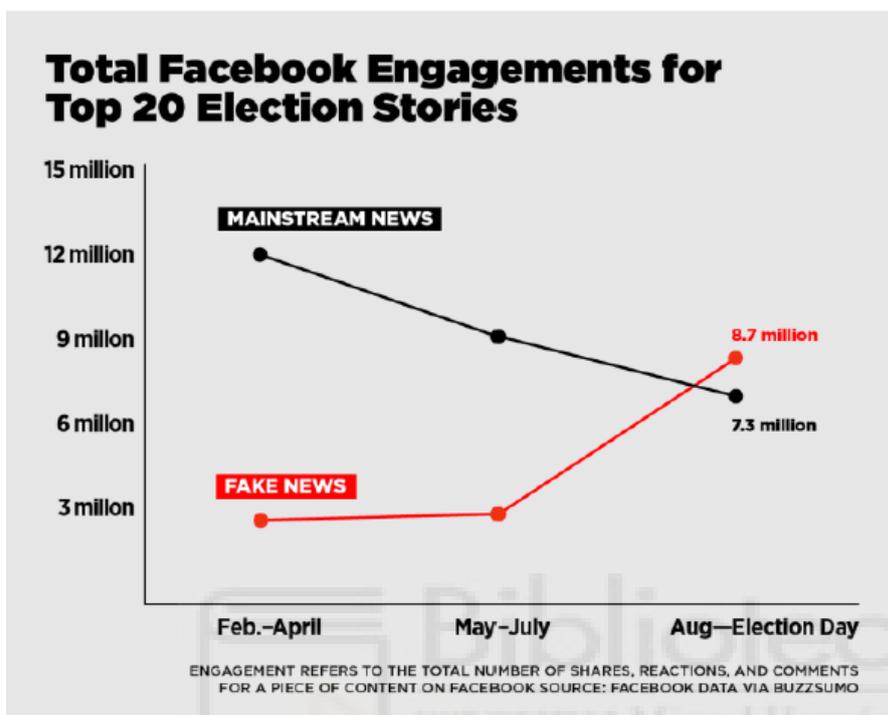
Este apartado introduce el debate en torno a la desinformación, que ha tomado diferentes prismas pero avanza hacia un entendimiento internacional sobre el fenómeno. En primer lugar, el reciente informe “Un enfoque multidimensional sobre la desinformación”, elaborado por en conjunto por un grupo de 39 expertos en noticias falsas de diversas áreas profesionales, analiza la importancia de estudiar el fenómeno de la desinformación de una manera más extensa, apostando por la eliminación del término *fake news* (noticias falsas) del debate. El estudio concluye que entre las formas de desinformación existen todo tipo de información falsa, inexacta o engañosa que tiene como objetivo de causas intencionalmente daño público o para lucrarse. Wardle (2017) indica que el concepto de *fake news* se queda escueto para poder explicar la magnitud del problema. De acuerdo con sus investigaciones, las noticias falsas son, de hecho, una tipología más dentro de todo este engranaje.

Por otro lado, Galdón (2013) define la desinformación como la falta de la verdad o esencia de un tema que genera confusión e impide a la persona llevar a cabo acciones con libertad. El autor distingue dos tipos: aquella que no es intencionada y está causada por la falta de calidad y criterio de quien la construye y consume; y, por otro lado, la desinformación creada de forma deliberada y consumida sin conocimiento, a la que llama manipulación. Del Fresno (2018), en cambio, destaca que la desinformación es en esencia intencionada y supone un riesgo para la sociedad pues lo que persigue es modificar la percepción colectiva de una misma realidad.

A partir de 2016, algunos acontecimientos como el referéndum en Colombia sobre el acuerdo de paz o los comicios en Estados Unidos de este mismo año estuvieron condicionados por la desinformación (Soler i Lecha y Woertz, 2017). Algunos medios trabajaron durante estos periodos para contabilizar las mentiras políticas. La sección del Washington Post, The Fact Checker, demostró que el candidato republicano Donald Trump había pronunciado nada menos que 492 mentiras en sus primeros 100 días de mandato. Actualmente, la cifra alcanza las 3.251 afirmaciones falsas o engañosas dichas a lo largo de 497 días tras ser elegido presidente.

Con todo ello, al debate sobre la desinformación y sus consecuencias se sumaron las noticias falsas. El estudio realizado por el medio digital BuzzFeed evidencia cómo las *noticias falsas* generadas por blogs y sitios web hiperpartidarios tuvieron más

repercusión en Facebook que las noticias de los principales medios como The New York Times, Washington Post o Huffington Post. Estos fueron los datos recogidos: 8,7 millones de noticias falsas compartidas frente a 7,3 millones de noticias verdaderas en la última etapa electoral (Silverman, 2016).



En un intento por visualizar este ecosistema, Wardle (2017), en su informe “Desorden informativo: Hacia un marco interdisciplinario para la investigación y elaboración de políticas”, diseña una estructura de la desinformación a partir de tres engranajes principales: el agente, el mensaje y el intérprete, similar a los factores comunicativos clásicos: emisor-receptor-canal-código-mensaje-contexto.

El agente hace referencia a quién o quiénes (grupo de personas) participan en este sistema comunicativo compuesto por tres fases: creación, producción y distribución; sus motivaciones pueden tener fines políticos, financieros, sociales o psicológicos. En segundo lugar, el mensaje puede estar elaborado de forma oral (discurso público), textual (noticias falsas) o visual (bulos). La autora destaca que aquellos mensajes falsos con mayor número de interacciones tienen unas características comunes: provocan una respuesta emocional en el usuario, contienen un fuerte material visual, una impactante narrativa y el mensaje tiene a repetirse. En tercer lugar, el intérprete responde a cómo la

audiencia percibe la información, condicionada por su ideología, estatus social y creencias personales.

Este último elemento, que responde a cómo los usuarios interactúan con la información ha sido clave para crear un diálogo entorno a la desinformación. Cervera (2018) señala que el problema también reside en cómo los usuarios deciden qué información consumen:

“Los lectores de fuentes de *fake news* no están interesados en información verdadera, sino en información que sirva para confirmar la visión del mundo que ya tienen y que comparten con otras personas. Que esas noticias sean verdaderas o falsas es secundario para ellos.” (Cervera, 2018)

Esta idea se complementa con el concepto de la posverdad, un término que el Diccionario de Oxford convirtió en palabra del año en 2016 debido a su repercusión. Esta palabra explica el fenómeno por el que la información falsa, apelando a la emoción, ideología o creencias personales, influye más en la opinión pública que la verdadera. Sobre este asunto, Boczkowski (2017) en su ensayo “La posverdad” enumera tres tendencias que han favorecido lo que él llama las dinámicas de recepción de medios:

- “En primer lugar, la ambivalencia respecto de la infraestructura de información actual, donde las barreras de acceso para hacerse escuchar son mucho más bajas que en el pasado y el alcance es potencialmente mucho más amplio.”
- “En segundo lugar, al público le cuesta más detectar información tendenciosa proveniente de la curaduría algorítmica que llevan a cabo los medios sociales que aquella que resulta de la selección editorial de los medios tradicionales.”
- “En tercer lugar, la crisis cultural en el conocimiento que afecta no solamente al periodismo, sino también a otras instituciones clave de la vida moderna como la ciencia, la medicina y la educación.”

Siguiendo esta línea, Prego (2017) apunta que un factor importante en este sistema es la sustitución de la confianza de los usuarios en los medios tradicionales a los medios sociales exentos de intermediarios y más accesibles. Y añade que las personas, moviéndose en estas burbujas informativas, reciben únicamente respuestas que reafirman sus propias ideas y opiniones sobre un mismo asunto dejando alejadas aquellas que, aunque igualmente válidas, contrastan con la propia.

#### 4.4. Tipos información errónea y desinformación

La desinformación se puede materializar de diferentes maneras. Aunque, el formato visual, imágenes, vídeos o memes, es el más común debido a su naturaleza: impacta más en la persona que un texto y, por ende, se difunde más rápido.

Wardle (2017) diferencia tres tipos de información dudosa según el nivel de intencionalidad: desinformación, información errónea y mala información (Gráfico 1). Por un lado, la desinformación se refiere al contenido falso que se crea y comparte de manera deliberada con el objetivo de dañar a una persona, un colectivo, una organización o un país. Por otro lado, la información errónea está creada sin que haya intención de engaño, sin embargo, puede generar el mismo efecto que la anterior. Los acontecimientos de última hora suelen ser claves en la difusión de este tipo de contenido, llamados normalmente bulos, debido a que los propios usuarios la comparten sin comprobar previamente el contenido.

Por último, la mala información señala aquella que puede ser real y es utilizada con intención de dañar la reputación de una persona. A diferencia de las anteriores, algunos mensajes de esta clase pueden estar tipificados como delito, como las calumnias o las injurias. De acuerdo con el informe de la Comisión Europea (2018) este tipo de mensajes no entrarían a formar parte del ecosistema desinformativo.

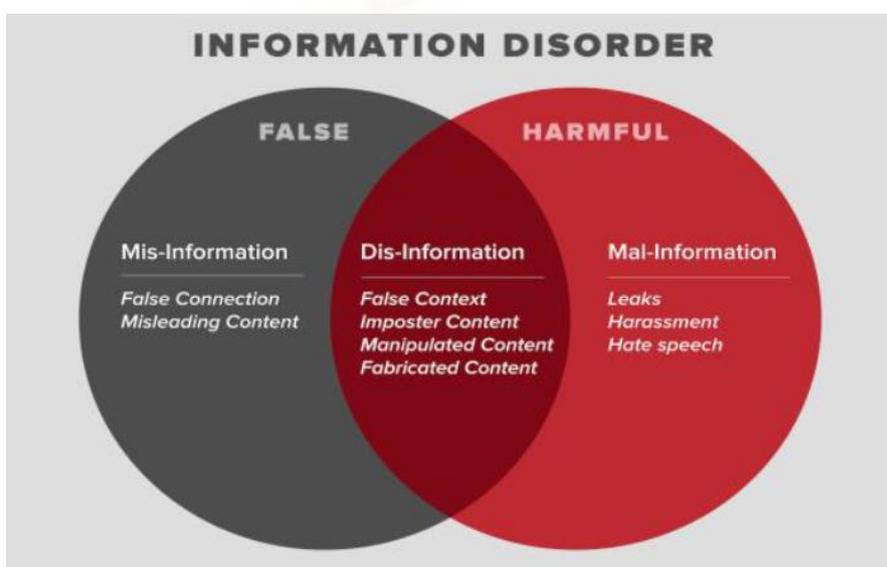


Gráfico 1. Tipos generales de desinformación según Claire Wardle.

La autora asocia cada tipología con una o varias motivaciones. Para ello, elabora una matriz (Gráfico 2) compuesta por una lista ampliada basada en los cuatro motivos de

Eliot Higgs (Pasión, Política, Propaganda, Pago) y los siete tipos específicos de desinformación que según sus investigaciones existen en este ecosistema (Gráfico 3). Estos últimos se sitúan dentro de un baremo basado en la intencionalidad, desde la Sátira o parodia (mínima intención de engaño) hasta el contenido fabricado (máxima intención de engaño). El objetivo de esta matriz es entender qué propósitos hay detrás de cada acción concreta para poder desmentirla posteriormente.

Matriz contenido – motivación	Sátira o parodia	Falsa conexión	Contenido engañoso	Contenido falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado
Periodismo pobre		✓	✓	✓			
Parodia	✓				✓		✓
Provocación					✓	✓	✓
Pasión				✓			
Partidismo			✓	✓			
Beneficio		✓			✓		✓
Influencia política			✓	✓		✓	✓
Propaganda			✓	✓	✓	✓	✓

Gráfico 2. Matriz con motivos y tipos de desinformación a partir de los datos de Claire Wardle

Siete tipos de desinformación según Claire Wardle			
Sátira o parodia	Contenido engañoso	Contenido impostor	Contenido fabricado
Sin intención de causar daño pero potencialmente engañoso	Uso engañoso de la información para enmarcar un problema o individuo	La fuente genuina ha sido suplantada por una similar y falsa	Contenido creado 100% falso, diseñado para engañar o causar daño
Conexión falsa	Falso contexto	Contenido manipulado	
Los titulares, imágenes o captaciones representan el contenido	El contenido genuino se comparte con información contextual falsa	El texto o la imagen genuina es manipulada para causar daño o engaño	

Gráfico 3. Los siete tipos específicos de desinformación de Claire Wardle.

Dentro de las tipologías, existe un caso especial, el de las noticias de emergencia. Estas suelen ser el escenario perfecto para la difusión de rumores en redes sociales debido a la inmediatez del momento y la sensación de pánico que facilita que se comparta esta información sin verificar de antemano (Tsubaki y Silverman, 2017). Las redes sociales sirven como conducto para la información proveniente de blog y sitios webs donde se generan las noticias falsas (Redondo, 2018).

Redondo (2018) señala diez tipos de errores y bulos que circulan con más asiduidad durante las noticias urgentes:

- Imágenes y vídeos de fechas anteriores.
- Imágenes, vídeos y GIF animados trucados.
- Fenómenos climatológicos extraños.
- Animales fuera de lugar (especialmente tiburones).
- Segundos ataques o atacantes en episodios terroristas
- Número equivocado de víctimas.
- Señalamiento prematuro de culpables
- Errores iconográficos con logos y banderas
- Escenas violentas descontextualizadas
- Contenidos aterradores y divisivos que fomentan la confusión y polarización.

#### **4.5.Métodos de verificación en el fact-checking**

Este apartado se exponen las pautas y recomendaciones de verificación según el formato (imagen o vídeo), el contenido (declaraciones públicas, noticias falsas y bulos), atendiendo a las directrices internacionales y el uso de fuentes. Asimismo, analiza la verificación de noticias de alcance, siguiendo con el hilo del apartado anterior.

Buttry (2016) recuerda que el método de verificación varía con cada acontecimiento e ilustra algunas pautas esenciales. La primera y fundamental es preguntar ¿cómo lo sabes? a las fuentes correspondientes: averiguar el origen de la información será la base del trabajo del verificador de hechos. Ante todo, el autor destaca la importancia de evitar el periodismo declarativo:

“Nuestro trabajo no es reproducir como loros lo que dicen las fuentes y el material que proporcionan, sino retarlo, triangularlo con otras fuentes creíbles e identificar qué es verdad, descartando de nuestro trabajo (antes de publicarlo, mapearlo o emitirlo) todo lo que sea falso o no esté suficientemente verificado” (Buttry, 2016).

En primer lugar, el método de verificación de hechos parte de unas directrices internacionales que marcan la línea ética. Desde 2016, el instituto Poynter conserva el Código de Principios Deontológicos al que hoy ya están inscriptor 48 medios. El listado cuenta con seis puntos que velan por la transparencia e imparcialidad del método. A continuación, se enumeran:

- Compromiso por la equidad y la imparcialidad en la sección de la información que será chequeada y en el informe final, donde no se mostrarán posicionamiento político sobre los temas tratados.
- Compromiso por la transparencia de las fuentes. El medio deberá mostrar las fuentes que han sido empleadas durante la realización del chequeado con el objetivo de que los lectores puedan replicar en el caso de que haya un error.
- Compromiso por la transparencia del financiamiento y la organización. En primer lugar, que la fuente de financiación no puedan influenciar las conclusiones de los informes emitidos. Además, el medio explicará de donde viene cada miembro de la organización y cuál es la estructura legal de la misma.
- Compromiso con la transparencia de la metodología. El medio deberá explicar cómo y por qué se ha llevado en el proceso de verificación de hechos usado para

la selección, investigación, escritura, edición y corrección de la información verificada. También debe alentar a los lectores a enviar reclamos.

- Compromiso con las correcciones abiertas y honestas. El medio debe poner a disposición una Política de correcciones a través de la cual los lectores pueden interpelar el error y posteriormente subsanarlo.

Como se puede observar en el código, las fuentes son un elemento esencial durante el proceso de fact-checking, no solo como herramienta de consulta, sino, además, para legitimar el veredicto. Redondo (2018) apunta unas claves que se deben seguir durante el manejo de fuentes. Por un lado, en el proceso de consulta de estas, la autora sugiere acudir todas las fuentes necesarias para corroborar los hechos y, por consiguiente, estas deben ser relevantes para el tema. Con ello, uno de los objetivos es evitar el periodismo declarativo y conseguir la versión más exacta de la realidad a la que alude la frase.

Por otro lado, en el proceso propio de verificación, la autora destaca que el periodista debe buscar no solo a la fuente que ha difundido el mensaje, sino a quien lo ha fabricado o generado (fuente original), ya que pueden ser personas diferentes. Para ello, hay dos aspectos relevantes: revisar la fecha y la ubicación que pueden ser tergiversadas durante la viralización del mensaje.

#### 4.5.1. Métodos de verificación según el contenido

El método del fact-checking se basa en tres bloques generales de contenido: declaraciones públicas, noticias falsas y bulos o rumores.

En primer lugar, las afirmaciones de políticos y otros líderes de opinión han formado parte de las iniciativas de chequeo desde sus inicios. Los procesos electorales son el enclave de muchas iniciativas. El análisis parte de la selección de la frase, contrastar el dicho con datos y formular un veredicto. Este último sistema no atiende una metodología única, cada medio lo define según sus propios criterios.



Sistema actual de clasificación de Politifat

Drobnic (2014) señala algunos pasos principales que se deben dar al comenzar a investigar la veracidad de una declaración pública, basada en la búsqueda exhaustiva de diversas fuentes. Los pasos son los siguientes:

1. Hablar con el autor o autora de la declaración para saber cuál es el origen y contexto de esta. La autora destaca que la persona puede haber basado su afirmación en fuentes falsas.
2. Revisar lo que otros verificadores de hechos han investigado antes y, después, con los resultados, realizar una investigación propia.
3. Hacer una búsqueda en Google con hipótesis de resultados con ayuda de los comandos de búsqueda que ofrece el navegador.
4. Realizar una investigación avanzada en sitios de Internet que escapan a la búsqueda superficial, como las bases de datos o sitios con suscripción.
5. Contactar con expertos que puedan contextualizar cuando el asunto sea muy complejo o requiera más de dos fuentes para ampliar la perspectiva.
6. Revisar la bibliografía con algunos libros sobre el tema en cuestión o en caso de no tener tiempo de leerlo, revisar el autor para contactar y entrevistarlo.

En segundo lugar, las noticias falsas se caracterizan por tener una estructura narrativa similar a una noticia real por lo que en ocasiones suelen pasar el filtro de legitimidad. Este factor influye en la credibilidad del lector, que acaba compartiendo el contenido sin haber comprobado su veracidad. (Tandoc, 2017).

En un artículo de FactCheck.org llamado “Cómo detectar noticias falsas” Eugene Kiely y Lori Robertson dan unos signos que pueden denotar que una noticia es falsa:

- Revisar la fuente. Entrar en el sitio web o blog que haya publicado la noticia y revisar la información que aporte sobre su empresa. En concreto, hay tres datos útiles: quiénes son y qué hacen, quiénes son sus miembros y cuál es su localización. Si no hay datos al respecto, puede ser una fuente dudosa.
- Ir más allá del titular provocativo. El texto puede incluir rasgos que revelen que el sitio es un portal de noticias falsas, como la falta de fuentes, o un sitio de contenido satírico con fuentes inventadas o claramente humorísticas.
- Verificar el autor de la noticia realizando búsquedas de su nombre. Es probable que el nombre sea inventado y por ende no exista tal persona.

- Revisar todas las fuentes que nombra la noticia, las fuentes oficiales nombradas en el texto pueden no respaldar la información o ser datos manipulados.
- Verificar la fecha de la noticia. Es posible que la noticia se haya construido con información real actual o de fechas anteriores y, a esta, se le haya añadido datos falsos.
- Verifica los prejuicios: el sesgo de confirmación provoca que la información que apela a las emociones o ideología propia sea compartida antes que otras. Para evitar esto se recomienda buscar qué otras noticias se publican en el sitio web donde se publica la noticia supuestamente falsa.
- Acudir a fuentes expertas en verificación de hechos que ya hayan verificado esta información.

El informe “Una guía de campo para noticias falsas y otros trastornos de la información” de la organización First Draft destaca que una buena metodología que favorece el trabajo de medio a largo plazo es localizar y guardar las webs donde se originan este contenido con el objetivo de agilizar la verificación futura.

En tercer lugar, los bulos se presentan como la consecuencia de la viralización de un contenido falso. Estos suelen circular por las redes sociales en formato multimedia, imagen o vídeo. También pueden ser noticias falsas viralizadas. Ante esta situación, Silverman (2014) destaca algunos aspectos que sugieren que la información puede ser dudosa: todas las historias son contadas desde el mismo enfoque, los textos no citan fuentes, o el contenido está copiado y pegado de otra web falsa.

#### **4.5.2. Métodos de verificación según el formato**

La verificación según el formato se enfoca en este apartado en dos elementos, la imagen y el vídeo. El análisis de las piezas se basa en diferentes factores como la fecha, el carácter original de la misma y localizar el momento y lugar de los hechos.

De forma previa, Redondo (2018) apunta algunos aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de verificar un contenido en Internet. En primer lugar, averiguar la existencia de anteriores apariciones del contenido que se está chequeando. En el caso de las imágenes, la autora recomienda insertar el identificador de la URL de la imagen ([https://www.instagram.com/p/BkNDat\\_16Lh/?taken-by=el\\_pais](https://www.instagram.com/p/BkNDat_16Lh/?taken-by=el_pais)) en Google o Bing para saber en qué otras webs se encuentran.

En segundo lugar, la autora recomienda a una búsqueda por fecha para contrastar cuándo ha ocurrido el evento y cuándo se publicó la información. Puede ocurrir que el contenido de la imagen haga referencia a un acontecimiento que sucedió hace meses. Para ello, se debe tener en cuenta la zona horaria utilizada para cada red social. Por ejemplo, en Twitter, si el usuario está autenticado mostrará el Horario Estándar Pacífico, lo que son ocho horas menos que en la Hora Universal Coordinada (la más extendida y usada).

Por último, la autora resalta la utilización de los metadatos tanto de imágenes como de vídeos y documentos. Estos incluyen datos como la autoría de la pieza, la fecha de creación y la localización geográfica. Al ser datos ocultos, no aparecen a simple vista, por ello, se recomienda el uso de herramientas como FOCA (Redondo, 2018).

A continuación, se muestra un gráfico con los pasos para verificar imágenes a partir de la información de Redondo (2018).

Pasos para verificar una imagen
Guardar la imagen ante posible pérdida
Comprobar el carácter original (Qué). <ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda inversa de imagen</li> <li>- Búsqueda textual describiendo el contenido de la imagen</li> <li>- Búsqueda por identificador en redes sociales</li> <li>- Comprobación de fechas en redes sociales</li> <li>- Inspección de metadatos.</li> <li>- Análisis técnico (programa In Vid) para hallar posible manipulación.</li> </ul>
Observar detenidamente la imagen (Qué) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación a fondo de sombras y reflejos, la luz, el movimiento o el encuadre</li> </ul>
Investigar la fuente (Quién)
Investigar el lugar (Donde) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Localización a través de metadatos</li> <li>- Detectar elementos significativos del entorno: vegetación, edificios, señales de tráfico o indumentaria.</li> <li>- Preguntar al autor sobre detalles del entorno para hallar una contradicción.</li> </ul>
Investigar el momento (Cuándo)

- Comprobación de fechas y metadatos
- Comprobación del clima del día del evento.

En el caso de la verificación de vídeos en redes sociales, como Youtube y Facebook, Browne (2014) recomienda seguir algunos pasos. El primero es averiguar la procedencia del vídeo. Para ello, el autor sugiere realizar una primera búsqueda de palabras claves anidadas en la descripción o en el título de este. Después, recopilar cronológicamente los vídeos filtrando en la plataforma por fecha de subida. De forma alternativa, también sugiere una búsqueda inversa de imagen de la miniatura del vídeo.

El segundo paso contaría con una búsqueda de la fuente original y contacto directo a través de su perfil en la plataforma. En este mismo paso, el autor sugiere realizar algunas preguntas clave para evaluar la huella digital de la fuente y su fiabilidad. Más adelante, sugiere recoger en un documento las respuestas a estas preguntas para generarnos un perfil objetivo de la fuente y empezar a realizar búsquedas prácticas que proporcionen la conexión que tiene con otras fuentes y cuáles son sus contenidos comunes.

Por último, para acontecimientos de actualidad, como manifestaciones, el autor sugiere realizar una búsqueda en redes sociales con el uso de *hashtags* y palabras claves que hagan referencia al tema del evento en cuestión. El objetivo es encontrar otros vídeos similares y contrastar los elementos que salen en ellos.

A continuación, se muestra un gráfico con las pautas ordenadas de Browne para verificar vídeos en redes sociales:

Pasos para verificar un vídeo
Identificar la procedencia <ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda por palabras clave o búsqueda inversa de la imagen en miniatura del vídeo</li> <li>- Recopilación de los vídeos de forma cronológica</li> </ul>
Verificar la fuente <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contactar a través del perfil de la plataforma con la fuente</li> <li>- Confirmar la autoría del vídeo.</li> <li>- Examinar la huella digital:</li> </ul> ¿Qué clase contenido ha publicado? ¿Cuál es su localización geográfica? ¿Contiene fecha?

<p>¿Las descripciones son consistentes?</p> <p>¿Es contenido propio o copiado?</p> <p>¿Qué calidad tiene sus vídeos?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A partir del perfil generado de la fuente, seguir unos pasos prácticos:</li> </ul> <p>Buscar por código único (watch?v=<u><a href="#">EFse3Ajp9mU</a></u>) para averiguar si está afiliado a otras cuentas.</p> <p>Qué relación tiene con otras cuentas y cuál es su contenido</p> <p>¿Siguen activas, por cuánto tiempo?</p> <p>¿Con quién está conectada en otras redes sociales?</p>
<p>Localizar el vídeo.</p> <p>Verificar el contenido del vídeo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comparar el entorno (paisaje, edificios, nombre de letreros) con fotografías geolocalizadas para encontrar coincidencia entre la ubicación del vídeo y la real (Wikimapia o Google Earth)</li> </ul>
<p>Verificar la fecha</p> <p>En eventos sucedidos en directo (manifestaciones):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda de palabras claves y hashtags en redes sociales para encontrar videos similares</li> </ul> <p>Videos de eventos pasados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar a través de metadatos fijándose en que la fecha está es Hora Estándar del Pacífico (PST)</li> </ul>

#### 4.5.3. Pautas de verificación de noticias de alcance

Siguiendo con el hilo del anterior apartado, el método de verificación durante las noticias de alcance tiene un trato especial debido a su naturaleza. La inmediatez del momento requiere que el periodista esté preparado de antemano. Así lo sugieren varios autores. Por un lado, Redondo (2018) aconseja disponer de un lugar de trabajo equipado con herramientas digitales en la nube que agilice el proceso de verificación. En concreto, recomienda de dos a tres pantallas y una memoria RAM adecuada para procesar la información.

Por otro lado, Silverman (2014) recomienda que el periodista que no esté en el lugar donde ocurre la acción se apoye en las fuentes locales o los testigos que están en el lugar de los hechos, quienes tendrán información de primera mano. El autor sostiene la

necesidad de que todos los agentes involucrados en la difusión de información, tanto periodistas como oenegés, se equipen con una sólida red de contactos en redes sociales que faciliten el proceso de verificación y evitar la difusión innecesaria de bulos.

A continuación, se incluye un gráfico adaptado a la guía que Redondo (2018: 50) recomienda seguir ante el surgimiento de una noticia de emergencia, que cuenta con tres niveles (A, B y C) basados en el orden seguido durante el proceso de verificación:

Niveles	QUIÉN	QUÉ	CUÁNDO	DÓNDE	POR QUÉ	CÓMO
A	¿Qué medio lo cuenta?	No quedarse en el titular.	¿La información está fechada?			
	¿Lo conozco?		¿La fecha está expresada en mi zona horaria?			
B	¿Hay firma?	Pinchar en el enlace que contiene para comprobar si el contenido confirma ese adelanto.				¿Es una información o una opinión?
	¿La conozco?					
C	¿Ese autor cita las fuentes propias?	Comprobar el enlace puede ser: sátira, poca calidad o enlace que suplanta la identidad de un sitio respetable	¿He comprobado se es una publicación antigua?	¿Conozco ese lugar? ¿Tengo referencias/contexto del mismo? Acudir a medios locales y corresponsales.	¿Puede haber motivos ocultos tras la difusión de esta información? ¿Es una crítica contra alguien?	¿Es una difusión masiva y repentina? ¿De cuentas recién abiertas o con escasa actividad previa?
	¿Anónimas o explícitas?					
	¿Una o varias?					
	¿Son oficiales o especialistas en ese tema? Las fuentes vinculadas a servicios de emergencia suelen ser las más fiables					

#### 4.6. Tendencias en el método del fact-checking

Las tendencias estudiadas en el presente trabajo son la participación del usuario impulsada por las iniciativas de fact-checking a través de cláusulas llamadas Política de

corrección o rectificación; y, por otro lado, la automatización del método que se presenta como una oportunidad para agilizar el proceso.

La verificación de hechos se ha convertido en un método eficaz para combatir la mentira, sin embargo, la cantidad ingente de información que se mueve en las redes llega a ser, en ocasiones, inabarcable por el equipo humano de los medios. Por ello, la automatización se presenta como una herramienta que podría agilizar el proceso. Esta aplicación ofrece la posibilidad de recolectar frases basadas en hechos que son potencialmente chequeables, derivadas de debates políticos, entrevistas u otro tipo de discurso. El proceso se lleva a cabo gracias al procesamiento del lenguaje natural.

Sin embargo, el método automático tiene una serie de limitaciones, necesita ayuda humana que pueda entender el contexto y matices de las frases que selecciona el bot. Por ello, supone una herramienta, aunque útil, complementaria en el proceso de verificación. Por otro lado, de acuerdo con Graves (2018) esta técnica está dando sus mejores frutos con frases que hacen referencia a fuentes estadísticas. Además, señala que una de las mejores prácticas es “hacer coincidir declaraciones con la biblioteca de afirmaciones que ya han sido chequeados por organizaciones de fact-checking”. Hasta ahora, las organizaciones FullFact, en Inglaterra, y Chequeado, en Argentina, son quienes están liderando el chequeo automático en inglés y en español, respectivamente.

En segundo lugar, la tendencia a la participación ciudadana está ligada a la preocupación por la alfabetización mediática, uno de los principales retos a los que se enfrentan los medios debido a los efectos de la desinformación sobre las decisiones democráticas, además de la dificultad que han tenido algunos ciudadanos para diferenciar la información falsa o errónea de la veraz (Boyd, 2017).

La Comisión Europea, en su reciente informe (2017), recomienda hacer partícipes a los usuarios en el proceso de verificación a través de herramientas como indicadores de transparencia que faciliten el control de la información consumida. Esta propuesta también tiene como objetivo fortalecer a los periodistas y organizaciones de verificación de hechos creando una sinergia de trabajo ético entre el lector y el medio.

Por otro lado, el componente privado de la circulación de mensajes falsos en aplicaciones móviles como WhatsApp es otro desafío que expone la necesidad de generar una relación entre el medio y la comunidad de usuarios más estrecha, donde se

ofrezca la posibilidad al lector de enviar contenido engañoso o falso que le llega directamente al teléfono móvil (Redondo, 2018).

## **5. Metodología del TFG**

La metodología de este trabajo parte de dos etapas. Durante la primera, se ha investigado los temas abordados en el marco teórico gracias a una amplia bibliografía como documentos académicos, informes, artículos periodísticos, artículos académicos y ensayos. En concreto, para la primera parte de evolución del fact-checking a nivel global y en América Latina han tenido especial relevancia los reportes recogidos del Duke Reporter's Lab. Más adelante, en los apartados del ecosistema informativo y los tipos de desinformación han sido relevantes, sobre todo, las investigaciones de Claire Warlde, experta en el tema. Por último, para la investigación de los métodos de verificación se han utilizado los manuales de Myriam Redondo y Craig Silverman, tanto para la verificación por contenido (declaraciones falsas, noticias falsas o bulos) como por formato (imagen o vídeo).

En segundo y último lugar, se ha completado este estudio con el análisis de caso de dos medios latinoamericanos: Chequeado y Ecuador Chequea. De ellos se ha estudiado el método de verificación de declaraciones falsas, bulos y noticias falsas. En un primer momento, se ha estudiado de forma previa las webs referentes donde cada medio explica cómo se organizan, cuáles son los principios que siguen, así como los criterios y el método utilizado, además de documentos elaborados por las propias organizaciones y entrevistas anteriores realizadas a las representantes de dichos medios. Con todo ello, se han elaborado cuestionarios adaptados a la organización y metodología de cada medio. Ecuador Chequea ha aportado la metodología de las noticias falsas, mientras que, por el contrario, Chequeado ha aportado información sobre la automatización del método y la verificación de bulos. Las preguntas comunes han sido se han basado en el método de verificación del discurso público.

En el caso de Chequeado, la entrevista se ha realizado a Laura Zommer, su directora, vía Skype debido a las limitaciones geográficas. Y en el caso de Ecuador Chequea, se optó por una entrevista por escrito a Desirée Yépez, editora del medio, para mayor comodidad de la entrevistada.

## 6. Resultados

### 7. Análisis de Chequeado



Chequeado es una organización sin fines de lucro ubicada en Argentina dedicada desde sus inicios a la verificación del discurso público. El medio nace en 2010 con la ayuda de La Voz Pública. Entre sus objetivos y principios, el medio destaca por la puesta en valor de los datos y hechos objetivos como herramienta para proporcionar un aumento del conocimiento sobre los temas de carácter público y con ello “incrementar la transparencia y profundidad del debate”. Su metodología se ha inspirado en medios como FactCheck.org y Politifact, Channel 4 News Fact Check y Les Décodeurs. Por otro lado, su método ha inspirado a otros medios de la región como Colombia Check, el Detector de mentiras o UYCheck, entre otros. Actualmente cuenta con varias secciones de chequeo: Chequeos (discurso público), Mitos, #falsoenlasredes (bulos) y otras secciones donde se investigan temas en profundidad.

#### 7.1. Verificación del discurso público

En Chequeado, el método para verificar las declaraciones públicas está estructurado en ocho pasos, que figuran de forma abierta y transparente en su web (<http://chequeado.com/metodo/>). Para la selección de información sigue el rastro de los medios generalistas en Argentina (Clarín, La Nación, Página 12 y Tiempo), y, por otro lado, los debates políticos televisados en cadenas públicas o privadas (La Voz Pública, 2014).

Como base para la metodología, el medio sigue dos principios básicos que garantizan el buen funcionamiento del proceso: a) “Sólo es objeto de chequeo aquello que es factual aquello que es contrastable o verificable: no chequeamos opiniones, ni promesas o intenciones futuras”; y b) “No chequeamos informaciones que sean tan generales o vagas que sean imposibles de contrastar”.

A continuación, se enumera y explica la metodología de Chequeado:

- Primer paso. El medio selecciona la afirmación con base en tres criterios básicos: la relevancia de quien dice la frase, la relevancia del tema sobre el que trata y la relevancia mediática o el peso que la afirmación tenga en la sociedad.
- Segundo paso. El medio pondera la relevancia de la frase marcando un equilibrio sobre los temas que se quiere tratar durante el chequeo. De acuerdo con Zommer, Chequeado intenta mantener una pluralidad ante los temas y personajes que se escogen. Por ello, la metodología excluye temas sobre espectáculos, deportes, religión o causas en trámite judiciales que todavía no han finalizado.
- Tercer paso. El medio, de manera ordenada, consulta siempre y sin excepción a la fuente original para saber de dónde sacó el dato de su afirmación o cuales fueron sus fuentes.
- Cuarto paso. El medio consulta la fuente oficial, es decir, las propias bases estadísticas del Estado a nivel nacional, provincial o municipal.
- Quinto paso. El medio consulta de fuentes alternativas como expertos en la materia, diferentes oenegés que trabajen sobre dicha área y elaboren informes con buena base metodológica; también se incluyen académicos, universidades, consultoras o think tanks. En general, se trata de fuentes no ligadas al Estado.
- Sexto paso. El medio pone en contexto la afirmación. De acuerdo con Zommer, este es el paso más relevante para la organización: “Nosotros decimos que trabajando con datos y haciendo chequeo somos muy conscientes de que a veces los datos pueden llevarnos a conclusiones engañosas o incluso a exagerar o falsear los que de verdad ocurra si no lo ponemos en contexto”.
- Séptimo paso. El medio confirma, relativizar o desmiente la información de la frase.
- Octavo paso. El equipo aplica de una calificación, en un sistema estructurado con nueve diferentes calificaciones basadas en un baremo entre verdadero y falso.

Chequeado cuenta con uno de los sistemas de calificación más extensos. En total, cuenta con nueve calificaciones que han ido variando a lo largo de los años según las necesidades del medio. A continuación, se enumeran los actuales:

- Inchequeable: “Se utiliza exclusivamente sobre corpus definidos, como un spot de campaña o un folleto. En las afirmaciones bajo análisis no se encontró ninguna que esté basada en hechos y datos ni pueda ser contrastada.”
- Verdadero: “La afirmación ha demostrado ser verdadera, al ser contrastada con las fuentes y datos más serios y confiables.”
- Verdadero, pero...: “La afirmación es consistente con los datos disponibles, pero omite algún elemento del tema o su contexto.”
- Discutible: “No es claro que la afirmación sea cierta o no. La conclusión depende de las variables con las que se la analice”
- Apresurado: “La afirmación podría ser verdadera, pero es resultado de una proyección y no de un dato objetivo de la realidad.
- Exagerado: “La afirmación no es estrictamente cierta pero sí lo es el concepto o tendencia a la que se alude.”
- Engañoso: “La afirmación puede coincidir parcialmente con ciertos datos, pero - intencionalmente o no- ha sido manipulada para generar un mensaje en particular.”
- Insostenible: “La afirmación surge de investigaciones con falta de sustento o graves errores metodológicos, o resulta imposible de chequear.
- Falso: “La afirmación ha demostrado ser falsa, al ser contrastada con las fuentes y datos más serios y confiables.”



#### Vidal: “Con y sin cláusula gatillo los salarios docentes (...) de la Provincia equipararon la inflación en los [últimos] dos años”

En 2016 y 2017 los salarios docentes equipararon a la inflación, aunque si se analiza toda la gestión de la Gobernadora bonaerense, desde diciembre de 2015, los docentes perdieron entre 2% y 4% de poder adquisitivo. Por **Matías Di Santi y Martín Slipczuk** (07 de Marzo de 2018)



#### Iguacel: “Hoy tenemos la nafta más barata de la región”

Países como Bolivia, Ecuador o Colombia tienen precios menores y el de la Argentina es similar al del promedio regional. Además, los especialistas consultados señalan que se trata de una situación coyuntural por el aumento del dólar registrado en los últimos meses. Por **Martín Slipczuk** (04 de Julio de 2018)



## 7.2. Verificación de bulos en Chequeado

Chequeado lleva la verificación de bulos en la sección #falsoenlasredes que está operativa desde 2014. El sistema es más sencillo que en el caso de las afirmaciones públicas. Normalmente, acudirían a la fuente original, aunque en este caso, al no saber quién la creó, se saltan este paso y acuden directamente a la fuente que lo ha difundido, como el perfil o cuenta en alguna red social.

“Básicamente, la creamos porque nosotros en Chequeos solemos chequear a autores conocidos, son líderes, políticos, empresarios, periodistas... pero vos sabes quién dice la afirmación. En el caso de #falsoenlasredes, en muchísimos casos, el bulo se origina de un autor desconocido, no es transparente desde donde surge, por eso generamos esta sección precisamente, para tratarlo.



### Es #FalsoEnLasRedes la foto de la selección brasileña reclamando por la libertad de Lula

Circuló en las redes una imagen del plantel de fútbol de Brasil que con sus camisetas forman la leyenda "Lula Livre". Sin embargo, se trata de un montaje. Por **Manuel Tarricone** (12 de Junio de 2018)



### Es #FalsoEnLasRedes que el Gobierno propuso la vuelta del Servicio Militar Obligatorio en España o en Argentina

Circula en las redes la información de que el Gobierno (sin especificar si se trata del español o el argentino) propuso la vuelta de este servicio. Es falso: ni el Ministerio de Seguridad ni la ministra Patricia Bullrich hicieron alguna declaración al respecto. Lo mismo ocurre en España. Por **Maldito Bulo y Equipo de Chequeado** (09 de Mayo de 2018)



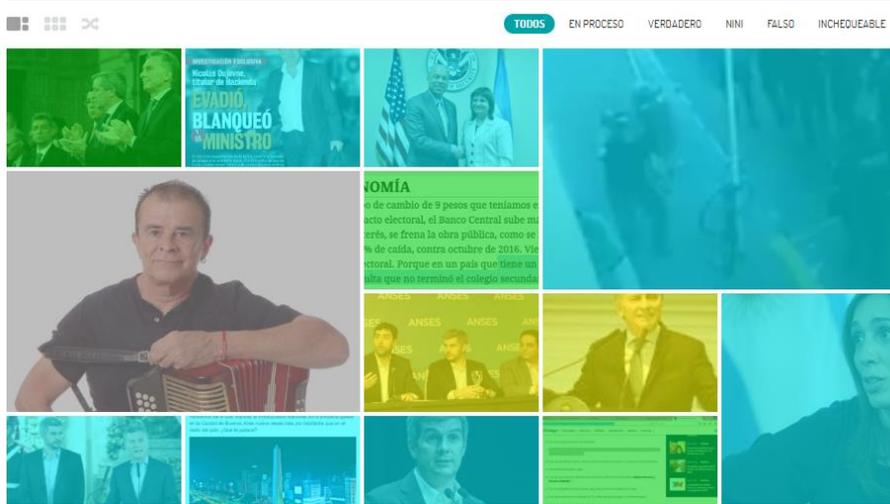
## 7.3. Innovación en Chequeado

La participación del usuario en el proceso de chequeo es una de las características de Chequeado desde sus inicios. Entre sus objetivos está mejorar el debate público, incentivar la capacidad de crítica entre la ciudadanía y “aumentar el costo de la mentira: que los líderes políticos piensen más veces si les vale la pena mentir porque si los descubren van a poder tener alguna consecuencia”.

Para ello, el medio argentino pone a disposición diferentes vías y herramientas con las que invitan a la comunidad a sugerir chequeos o temas para luego investigarlos. Estas son:

- Comentarios abiertos en cada artículo del medio.
- Comunicación fluida en las principales redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram.
- El lector puede sugerir temas en [chequeado.com/colectivo](http://chequeado.com/colectivo) adjuntado un enlace. Además, puede ver qué temas está trabajando la organización bajo las etiquetas de “En proceso”, “Verdadero”, “Nini” (el resto de las categorías entre Verdadero y Falso), “Falso” e “Inchequeable”.
- El usuario puede enviar cadenas falsas a través de una cuenta de WhatsApp. Esta vía es la más reciente, operativa desde 2017.
- Con la política de corrección, el usuario puede enviar datos actualizados o más comprensibles con los que la organización, en un plazo de 72 horas, revisará el artículo y modificará en el caso de que sea necesario, justificando la causa de manera transparente y pública.





En segundo lugar, Chequeado trabaja la automatización del chequeo con una herramienta, llamada ¿Qué se chequea hoy?, ubicada dentro del producto propio Chequeabot. Este solo está visible para el equipo del medio, no para el usuario. El proceso que sigue es el siguiente: el robot monitorea las afirmaciones de discursos del presidente y discurso del Congreso publicados en 30 medios argentinos y gracias al *machine learning* (aprendizaje automático) recoge aquellas frases potencialmente verificables, basadas en hechos. Una vez llegan las frases a la redacción, el equipo humano las comienza a trabajar.

Otra de las funciones que tiene esta herramienta es que cuando una frase ya ha sido contrastada anteriormente, el robot avisa de ello y permite republicar dicha información. Zommer destaca que un contenido tiene mayor impacto cuanto más cerca en el tiempo esté de la afirmación falsa o acontecimiento del que trata. Zommer destaca así la misión del chequeo automático en Chequeado:

“Nosotros sabemos que quienes generan noticias falsas lo hacen más rápidamente que quienes las chequeamos y, además, utilizando la tecnología a su favor, publicando en varias cuentas en simultáneo. Entonces, desde hace tiempo nos planteamos la necesidad de ser más veloces porque los chequeadores del mundo tenemos equipos pequeños y los recursos humanos son caros. Necesitamos tratar de ser más veloces. Nosotros lideramos la automatización en español y FullFact lidera en inglés” (Zommer)

## 8. Análisis de Ecuador Chequea



Ecuador Chequea se lanza en octubre de 2016 para dar respuesta a la necesidad de incluir un proyecto centrado en la objetividad. Su labor alcanza importancia en la campaña presidencial de 2016/17 donde se dedica a comprobar la veracidad del discurso de candidatos. Actualmente, el medio trabaja no solo en el chequeo de declaraciones públicas, sino en la comprobación de noticias falsas.

### 8.1. Verificación del discurso público

El método que sigue Ecuador Chequea está estructurado en seis pasos que se siguen de manera ordenada. En primer lugar, el medio monitorea diversas fuentes -Boletín del Centro de Monitoreo de Fundamedios, sistema de alertas de Google, monitorio en redes sociales, asistencia a eventos cuyos ponentes sean políticos y entrevistas a actores políticos-. Después selecciona la frase que será chequeada. Esta etapa sigue dos criterios: a) las frases deben ser relevantes en el debate público nacional y b) los enunciados deben hacer referencia a hechos u ofrecer datos para que puedan ser contrastables con fuentes estadísticas, académicas o independientes.

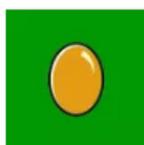
El segundo paso es preguntar a la fuente propia que ha hecho la declaración. Para ello, el medio remite la información a su cuenta oficial o la de sus asesores, pidiéndole las fuentes que han basado su afirmación y con ello un mayor contexto para entenderla. Se deja un plazo de 48 horas para que responda. Si no contesta, EC publica el artículo y lo advierte que se ha requerido información de la fuente oficial. En el caso de que, al cabo del tiempo, conteste, actualiza el artículo enunciándolo como “Actualización” para que la audiencia se sepa que ha sido modificado.

El tercer paso, el medio contextualiza la declaración contrastando con datos oficiales e independientes sobre el tema que se esté tratando. Es este paso también elaboran material infográfico con el que se pueda visualizar mejor los datos trabajados.

El cuarto paso tiene que ver con la consulta de expertos en el tema para ampliar el conocimiento que hayan aportado los datos anteriormente consultados. Estos pueden ser académicos, investigadores o analistas. Por último, el equipo de EC mantiene una discusión editorial para validar la calificación de la frase y poder publicarlo finalmente.

El sistema de calificación se estructura en cuatro categorías que son:

- a) Cierto hace referencia a frases donde los datos coinciden perfectamente con los de las fuentes consultadas
- b) Sí, pero... se aplica a la información parcialmente veraz y “requieren mayor ejercicio de contextualización, con claridad y precisión”
- c) Insostenible se usa para señalar frases cuyas fuentes no estén claras. En tal caso, el medio determinará si es falso o verdadero cuando halle la fuente objetiva con la que contrastar la afirmación.
- d) Falso se aplica a una declaración que contrasta de forma contundente con los datos. De acuerdo con Yépez, se trata de una “argumentación falaz” y “una mentira comprobada”.



### **Moreno: “Todavía hay 250.000 niños trabajando”**

En la Unidad Educativa del Milenio Ahuano (Tena), el 12 de junio de 2018, el presidente Lenín Moreno participó en la firma del Pacto con la Niñez y Adolescencia, dentro de la conmemoración del Día Mundial Contra el Trabajo Infantil. Esta iniciativa, liderada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), tiene como objetivo[...]



### **Nebot: “Guayaquil es la ciudad más equitativa del Ecuador con un índice de GINI de 0,37%”**

El 13 de junio, el alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot, participó en la conferencia magistral ‘Camino al Desarrollo’, organizada por la Cámara de Comercio de Quito (CCQ). Durante su ponencia, afirmó que su ciudad es un ejemplo de coordinación entre la empresa privada y la gestión pública. Para argumentar su idea citó cifras en torno[...]



### **Moreno: “Gracias al programa ‘Mis Mejores Años’ atendemos a más de 80.000 adultos mayores”**

La Asamblea General de las Naciones Unidas, en su resolución 66/127, designó el 15 de junio como ‘Día Mundial de Toma de Conciencia de Abuso y Maltrato en la Vejez’. El Presidente Lenín Moreno conmemoró esta fecha a través de su cuenta de Twitter compartiendo un mensaje para las personas de la tercera edad. En[...]



### **Moreno: “Creamos institutos superiores técnicos y tecnológicos en Cotacachi, Latacunga, Santo Domingo y Jaramijó”**

De acuerdo al sistema de información oficial El Ciudadano, el pasado 14 de diciembre de 2017, Augusto Barrera, titular de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt), inauguró el Instituto Superior Tecnológico Cotacachi, en Imbabura. En este centro educativo se invirtieron USD 11,7 millones. Cuenta con un campus de tres hectáreas, dos[...]

Ejemplo de cada una de las gráficas usadas en las calificaciones por Ecuador Chequea. De arriba abajo, “Cierto”, “Sí pero...”, “Insostenible” y “Falso”.

## **8.2. Verificación de noticias falsas**

Ecuador Chequea sigue una metodología relativamente sencilla para verificar las noticias falsas. En primer lugar, realiza una búsqueda exhaustiva de la información sobre la que trate la pieza. Y realiza una búsqueda del contenido original. En el caso de imágenes, utiliza recursos como *Google Images* donde se pueden hacer búsquedas inversas (insertas la imagen y el buscador encuentra otras similares con sus fuentes). En el caso de que la información se refiera a un actor político local, Ecuador Chequea coteja información con la persona a la que haga referencia (fuente original). Finalmente, cuando ha contextualizado el contenido la publica bajo el *hashtag* #falseta.



**Ecuador Chequea** @ECUADORCHEQUEA [Seguir](#)

El Presidente no ha firmado tal medida, según la información oficial de la Presidencia de la República: [#nocomascuento](#) 🤔  
[bit.ly/2lYJ8v8](https://bit.ly/2lYJ8v8)



15:26 - 5 jul. 2018

### 8.3. Participación del usuario en Ecuador Chequea

Ecuador Chequea tiene habilitada varias opciones para incentivar la participación del lector en el medio. Entre ellas, una cuenta de WhatsApp donde los usuarios pueden plantear sus dudas y sugerencias sobre un artículo. En el caso de que sea necesario, el equipo revisará, valorará y actualizará la pieza, bajo su política de rectificación.

De forma transparente, el medio habilita un espacio en su web (<http://www.ecuadorchequea.com/metodologia/>) para que el lector sepa cómo proceder ante un posible error. El procedimiento para rectificar el artículo es el siguiente:

- a) Enviar correo a [ecuadorchequea@gmail.com](mailto:ecuadorchequea@gmail.com) con “Solicitud de rectificación” en asunto, señalando en el cuerpo el link de la nota ya publicada con las fuentes que demuestran el error.
- b) Posteriormente, el equipo realizará el proceso de verificación con dos opciones finales:
  - a. publicar con el título “Rectificación” con el contenido nuevo de nuevo verificado en el caso de que sea un error.
  - b. En caso contrario, se responderá al remitente con argumentos periodísticos por los que se mantiene la calificación asignada.

## 9. Conclusiones

Finalmente, se puede decir que las metodologías de los medios estudiados siguen un procedimiento estructurado y ordenado. Con alguna variación en cuanto a la cantidad de pasos que sigue cada medio, el método para verificar afirmaciones sigue una línea común: seleccionar la información, cotejarla con diversas fuentes, oficiales y alternativas, para comprobarla o desmentirla junto a la formulación de una calificación.

En cuanto a las bases metodológicas, el proceso se aplica sobre unos principios de transparencia (a quién se chequea y por qué) y no partidismo (todos los actores políticos serán chequeados por igual, sin importar su ideología o partido al que pertenezcan). De forma general, la misión de estas organizaciones es incentivar un discurso crítico entre la ciudadanía para que esté mejor informada y concienciada con el problema de la desinformación.

El sistema de calificación es uno de los elementos clave en el proceso que se ajusta a los matices y contexto de la afirmación u otra desinformación analizada por el medio. Aunque va de Verdadero a Falso, existen otras consignas como Insostenible o Sí pero que indican una falta de contextualización. Este sistema está ligado a ilustraciones cuyo impacto hace que la primera lectura del chequeo sea más rápida.

Por otro lado, el uso de fuentes es otro de los elementos esenciales dentro de la metodología del fact-checking. Ambas organizaciones hacen uso de fuentes oficiales, alternativas y fuentes expertas en el área. Se puede decir que forman parte del esqueleto de sus metodologías. Asimismo, se observa que, efectivamente, la dinámica en el uso de diversas fuentes se contrapone al concepto de periodismo declarativo, contemplado en periodismo político. No solo se expone la fuente, sino que se explica de dónde se obtuvo y por qué se usó durante el proceso. En definitiva, se trata de contextualizar la información ofrecida al usuario.

Sin embargo, el discurso público no es el único producto analizado en estos medios. En el caso de las noticias falsas y los bulos, el proceso es más sencillo, se selecciona información viralizada en redes sociales o medios de comunicación y se consultan tanto la fuente original, siempre que sea posible, como la fuente de difusión. Las redes sociales sirven como conducto para difundir el error y compartirlo con los usuarios invitando a compartir con ayuda de hashtags como #falseta o #falsoenlasredes. A pesar de todo, las declaraciones siguen siendo el eje en las respectivas metodologías.

En cuando al papel que tiene el usuario en el medio, se puede decir que en los dos medios es fundamental. Ambos utilizan una política que favorece la participación del usuario y convierte el proceso en un sistema más fluido y transparente. Para ello, invitan al lector a que envíe errores que encuentra en redes sociales u otros medios de comunicación, así como rectificaciones de artículos propios de la organización. Los canales abiertos son varios, desde redes sociales (incluyendo WhatsApp en ambos medios), un formulario en la propia web o plataformas desde donde intercambiar documentos o links sobre temas de interés.

Por otro lado, la automatización del método es una tendencia aún en proceso de desarrollo, se posiciona como herramienta útil a largo plazo que prevé agilizar el proceso de verificación, por lo menos, del discurso público. A día de hoy, este producto es útil siempre que cuente con la ayuda de un equipo humano, puesto que sus funciones de procesamiento del lenguaje son todavía limitadas.

Por último, se ha cuestionado el impacto que tiene el fact-checking en la sociedad y clase política. De acuerdo con las valoraciones de ambas responsables de los medios estudiados, dicho impacto es un proceso paulatino cuyo efecto se verá a largo plazo ya que está condicionado por un cambio de paradigma en la ciudadanía, sobre cómo consume la información. Ambas entrevistadas coinciden en que una de las soluciones, a corto plazo, es ofrecer herramientas visualmente atractivas a los lectores con el objetivo de crear un entendimiento sobre el problema de la desinformación y se ponga en valor el trabajo realizado por los medios dedicados a chequear las mentiras.

## **10. Bibliografía**

Aldair, Bill. (2014). *Coverage of Global Fact-Checking Summit*. Duke Reporter's Lab.

Recuperado en: <https://reporterslab.org/coverage-of-global-fact-checking-summit-2/>

Aldair, Bill. (2015). *Voices from London: reflections on the Global Fact-Checking Summit*. Duke Reporter's Lab. Recuperación en: <https://reporterslab.org/at-london-conference-fact-checkers-discuss-innovation-sustainability/>

Aldair, Bill (2016) *At GlobalFact 3, a call for transparency and impartial fact-checking* Duke Reporter's Lab. Recuperado en <https://reporterslab.org/globalfact-3-call-transparency-impartial-fact-checking/>

Aldair, Bill (2017). *Behind the unlikely success of PolitiFact and the Truth-O-Meter*. Columbia Journalism Review. Recuperado en [https://www.cjr.org/first\\_person/politifact-fact-checking-anniversary.php](https://www.cjr.org/first_person/politifact-fact-checking-anniversary.php)

Becerra, Martín y Marino Santiago (2014). *Chequeando a Chequeado*. La Voz Pública. Recuperado en <http://chequeado.com/wp-content/uploads/2015/02/CHEQUEANDO-a-CHEQUEADO-1.pdf>

Boyd, Dana (2017) *Did media literacy backfire?* Data&Society, Points. Recuperado en <https://points.datasociety.net/did-media-literacy-backfire-7418c084d88d?gi=bef42897ce96>

Bounegru, Liliana; Gray, Jonathan; Venturini, Tommaso y Mauri, Michele. (2018). *A field guide to “fake news” and other information disorders*. Public Lal y First Draft. Recuperado en <https://fakenews.publicdatalab.org/>

Boczkowski, Pablo. *La posverdad*. Revista anfibia. Recuperado en <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-postverdad/>

Cervera, Pepe (2018). *Contra la posverdad, las noticias falsas no existen*. Cuadernos de periodista. *Enganchados a las burbujas de opinión* (35), pp. 9-14

Chequeado y Konrad Adenauer Stiftung (2014) *El boom del fact-checking en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado* Recuperado en <http://www.kas.de/wf/doc/14235-1442-4-30.pdf>

Comisión Europea (2018) *A multi-dimensional approach to disinformation*. Recuperado en <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

Del Fresno, Miguel (16 de marzo de 2018). *Posverdad y desinformación: guía para perplejos*. El País. Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2018/03/16/opinion/1521221740\\_078721.html](https://elpais.com/elpais/2018/03/16/opinion/1521221740_078721.html)

Drobnic, A (2014) *7 Steps to better fact-checking*. PolitiFact Recuperado en <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/>

Echevarría, Borja (2016) *Más fact-checking contra la posverdad*. (P. 11 – 16) Cuadernos de periodistas. Asociación de Prensa de Madrid. Recuperado en [http://www.cuadernosdeperiodistas.com/pdf/Cuadernos\\_de\\_Periodistas\\_33.pdf](http://www.cuadernosdeperiodistas.com/pdf/Cuadernos_de_Periodistas_33.pdf)

Graves, Lucas (2018). *Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking*. Reuters Institute. Recuperado en [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves\\_factsheet\\_180226%20FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves_factsheet_180226%20FINAL.pdf)

Kiely, E. y Robertson, L. (18 de noviembre de 2016) *How to spot fake news*. FactCheck.org. Recuperado de <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>

Prego, Victoria (2017). *Burbujas informativas. Uno. La era de la posverdad: realidad vs. percepción* (27), p. 20.

Poynter (2016) *International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles*. Recuperado de <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>

Redondo, M. (2018), *Verificación digital para periodistas Manual contra bulos y desinformación internacional*. España. UOC.

Silverman, Craig (2014), *Verification handbook. Additional materials to verifying digital content for emergency coverage*. Estados Unidos. European Journalism Center

Silverman, Craig (2014). *Verification Handbook. An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage*. Estados Unidos. European Journalism Center.

Silverman, Craig (2016) *This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*. BuzzFeed News. Recuperado de [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm\\_term=.ceJjyr8rp#.pL39262A](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.ceJjyr8rp#.pL39262A)

Silverman, Craig (2016). *Here Are 50 Of The Biggest Fake News Hits On Facebook From 2016*. BuzzFeed News. Recuperado de [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/top-fake-news-of-2016?utm\\_term=.dqw4k3q3Y#.mx8dYJPG](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/top-fake-news-of-2016?utm_term=.dqw4k3q3Y#.mx8dYJPG)

Suarez-Villejas, Juan Carlos (2017). *El periodismo ciudadano. Análisis de opiniones de periodistas profesionales de España, Italia y Bélgica*. Convergencia (núm. 74). pp.91-111

Stencel, Mark (2017) *Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent* Duke Reporter's Lab. Recuperado en <https://reporterslab.org/fact-checking-booms-as-numbers-grow-by-20-percent/>

Soler i Lecha, Eduardo y Woertz, Eckart (2017) El mundo en 2018: diez temas que marcarán la agenda internacional. Notes internacionales. CIDOB. Recurado en [https://www.cidob.org/es/publicaciones/serie\\_de\\_publicacion/notes\\_internacionales/n1\\_186/el\\_mundo\\_en\\_2018\\_diez\\_temas\\_que\\_marcaran\\_la\\_agenda\\_internacional](https://www.cidob.org/es/publicaciones/serie_de_publicacion/notes_internacionales/n1_186/el_mundo_en_2018_diez_temas_que_marcaran_la_agenda_internacional)

Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim & Richard Ling (2017): Defining “Fake News”, Digital Journalism. Recuperado en <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Wardle, Claire y Hossein Derakhshan (2017) *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Consejo de Europa. Recuperado en <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Wardle, C (16 de febrero de 2017). Fake news. It's Complicated. First Draft. Recuperado de <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>

Wardle, C (18 de noviembre de 2016). *6 types of misinformation circulated this election season*. Columbia Journalism Review. Recuperado de [https://www.cjr.org/tow\\_center/6\\_types\\_election\\_fake\\_news.php](https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php)

Zommer, Laura (2015). El boom del fact-checking y la vuelta a las fuentes. Recuperado en [https://journalismcourses.org/courses/pdf/El boom del fact checking y la vuelta a las fuentes \(En Periodismo Disruptivo\).pdf](https://journalismcourses.org/courses/pdf/El_boom_del_fact_checking_y_la_vuelta_a_las_fuentes_(En_Periodismo_Disruptivo).pdf)

## **11. Anexos**

Entrevista a Laura Zommer, Directora de Chequeado

Pregunta: ¿Con qué objetivos nace Chequeado y cómo ha evolucionado hasta ahora?

Respuesta: Chequeado nació en octubre de 2010 con el objetivo de mejorar el debate público en la Argentina, que haya más datos y más evidencia disponible para la deliberación democrática y que la gente se enfoque más en qué se dice o qué se discute. En estos casi ocho años, evolucionó mucho, Chequeado empezó siendo una organización integrada solo por dos personas y ahora somos 15, con ocho *full-time* o el resto *part-time*.

Ahora tenemos un programa de medios, de educación y de innovación. Básicamente, en Argentina nos convertimos en referentes lo que en el mundo se llama fact-checking o un poco referente en lo que tiene que ver con innovación y todo lo que se relaciona con combatir la desinformación.

P: ¿Qué principios éticos sigue la metodología de Chequeado?

R: Nosotros tenemos una metodología pública, es nuestro compromiso con la audiencia, la encontrarás en chequeado/método. En lo relacionado con la ética, tiene que ver con el trato igualitario a todos los actores, dar el mismo tratamiento a oficialistas y a opositores, a alguien que esté en el sector público o privado. Por otro lado, tiene que ver con ser transparentes con nuestra audiencia en el caso de que nos equivoquemos, por eso tenemos una política de corrección abierta. También somos transparentes con la limitación de los datos que utilizamos. Nosotros tuvimos el Instituto de Estadística intervenido y, durante un periodo, los datos de inflación, pobreza y los datos criminales, o no se publicaban o se publicaban con alteraciones en la metodología. Entonces, nosotros tenemos como principio ser transparente con nuestra comunidad, con todos los datos que tienen debilidades se explicita dicha debilidad, no es como hacen otras áreas del periodismo que se presenta el dato cuando tiene una muestra pequeña o tiene un problema metodológico. En nuestro caso, todo esto se abre, se deja abierto para la gente que en todo caso tengan claro que aquello que estamos informando tiene una limitación cuando la tiene.

P: ¿Cuál es el proceso que sigue la metodología de chequeo del discurso público?

R: Básicamente, solo es objeto de chequeo aquello que es factual, aquello que es contrastable o verificable: no chequeamos opiniones, ni promesas o intenciones futuras. No chequeamos informaciones que sean generales o vagas o imposibles de contrastar. Entonces, el primer paso del método es seleccionar una frase chequeable usando uno de

los tres criterios que tenemos para la selección: relevancia de quien lo dice, relevancia del tema y relevancia mediática. Lo segundo es ponderar esta relevancia, hay más por chequear de lo que nuestra capacidad de equipo nos permite, entonces ponderamos la relevancia teniendo en cuenta distintas cosas: no chequeamos siempre al oficialismo, también a la oposición; no chequeamos siempre temas vinculados a economía o educación sino, a veces, temas sociales. Tenemos en nuestra metodología excluidos los temas que sean estrictamente de espectáculos, deportes, religión o causas en trámite judiciales que todavía no han finalizado, porque lo que hoy es A, mañana la justicia puede decir que no es A porque hubo un problema en el proceso.

El tercero es consultar a la persona que estamos chequeando tiene que ver con la pregunta de los códigos deontológicos, siempre consultamos a la persona diciéndole que estamos chequeando esto, de dónde viene su dato, cuál es su fuente, en qué se basa. Si no nos contesta seguimos adelante, pero siempre la consultamos. El siguiente paso es consultar a la fuente oficial, sobre todos los temas se supone que hay alguien, en algún nivel del Estado, que debiera tener información sobre el asunto, y si no lo tiene ya es un dato para decir que no existe. Nosotros nos enfocamos a asuntos de interés público, entonces, sobre todos los asuntos, el Estado debería tener datos. Después, consultamos a fuentes alternativas que son expertos, académicos, oenegés, think tanks, universidades, consultoras, etc. Es decir, cualquier otro que no sea el Estado.

Más adelante viene el paso más relevante, que es poner en contexto el dato. Nosotros decimos que trabajando con datos y haciendo chequeo somos muy conscientes de que a veces los datos pueden llevarnos a conclusiones engañosas o incluso a exagerar o falsear los que de verdad ocurre si no lo ponemos en contexto. A veces algo que pueda parecer como sorprendente o excepcional es una tendencia que se viene dando hace décadas o es algo que no tiene que ver con una política que un político se esté atribuyendo, sino con el contexto internacional. Por eso, es muy importante poner en contexto el dato, y eso lo hacemos consultando a expertos. No damos por sentado que el periodista lo sabe, sino que, obviamente, cada sector tiene a gente que conoce bien su área y cuál es su contexto pertinente para tomar. Por último, confirmamos, relativizamos o desmentimos, y calificamos.

P: ¿Qué criterios sigue el sistema de calificación en Chequeado?

R: Chequeado tiene uno de los sistemas de calificación más extensos. Por mucho que la gente desearía que todo fuese verdadero o falso, la realidad es mucho más compleja que blanco y negro. Si querés ver el detalle podés encontrar a la derecha [de la web] las calificaciones. Estas son las que están con Chequeado desde el inicio. Teníamos una calificación que era Verdadero + que con el tiempo eliminamos. Esta se refería, por ejemplo, cuando alguien dice “En la Argentina mueren tres mujeres por violencia de género al día”, aunque en realidad mueren cuatro. Era verdadero que morían tres pero incluso más de lo marcado, para eso usábamos Verdadero + pero lo usábamos tan poquito que decidimos sacarlo. Después, con el tiempo, sumamos el Chequeable que utilizamos, sobre todo, en periodos de campaña, cuando verificamos spots o avisos de campaña y le mostramos a la gente no solo si los datos están incluidos, sino también cuando el líder está pidiendo su voto sin ninguna información ni dato sobre el que se le pueda exigir que rinda cuentas. Luego está la calificación Insostenible, un poco singular en la Argentina respecto a otros países, la usamos cuando o no hay datos o los informes utilizados tienen fuertes errores metodológicos, por lo que es insostenible. Pero alguien puede decir bueno si es insostenible para qué lo publicás. En nuestro caso, en Argentina no se publicaron datos criminales en homicidios o secuestros entre 2009 y 2015. Entonces, cada vez que un ministro o la presidenta decía subieron los homicidios o bajaron era un acto de fe creerle. Publicar notas planteando que eso era insostenible, que no se podía probar, tenía que ver también con crear conciencia en la gente respecto de lo que es necesario.

P: Respecto a #falsoenlasredes, ¿cómo es proceso que siguen para verificar bulos?

R: #Falsoenlasredes es una sección que creamos en 2014. Básicamente, la creamos porque nosotros en Chequeos solemos chequear a autores conocidos, son líderes, políticos, empresarios, periodistas... pero vos sabes quién dice la afirmación. En el caso de #falsoenlasredes, en muchísimos casos, el bulo se origina de un autor desconocido, no es transparente desde donde surge, por lo que generamos esta sección precisamente para tratarlo. Consultamos a la fuente original cuando sabemos quién lo dijo, en este caso este paso está salteado porque no sabemos quién, a veces lo contactamos por ejemplo a través de una cuenta de Facebook, aunque sea una cuenta trucha, lo contactamos de todos modos.

P: ¿A qué fuentes acuden para desmentir la información?

R: Fuentes oficiales o alternativas. No usamos la fuente tradicional del periodismo, no tenemos *on the record* con gente que habla sobre sus pareceres o sus vivencias sobre un asunto. Cuando son fuentes personales, son de expertos vinculados al análisis de los datos a los que se están refiriendo.

P: ¿Qué papel juega la comunidad de lectores, cómo fusionáis la participación del lector en Chequeado?

R: La comunidad tiene un papel central desde el inicio. Nosotros planteamos que todo lo que tenga que ver con mejorar el debate público no puede solucionarse solo con una pequeña redacción, sino que tiene que ver con generar más capacidad crítica en la sociedad y, nosotros decimos, aumentar el costo de la mentira: que los líderes políticos piensen más veces si les vale la pena mentir porque si los descubren podrán tener alguna consecuencia. Entonces en nuestro caso, desde el inicio fuimos generando distintas herramientas para que la comunidad participase. Obviamente tenemos las notas abiertas a comentarios como todo el mundo, pero, en nuestro caso, también vía las redes sociales, sobre todo somos fuertes en Twitter y Facebook, también estamos en Instagram, aunque con menos frecuencia. Invitamos a todo el tiempo a que nos proponga chequeos o nos envíen temas sobre los que quieren que nos ocupemos. Tenemos además desde agosto de 2017, una cuenta de Whatsapp para que la gente pueda enviar las cadenas que les llegan y les generan dudas. Y tenemos una plataforma que está online en Chequeado que se llama [Chequeado.com/colectivo](https://chequeado.com/colectivo) donde la gente puede subir propuestas de chequeo con el link. Entonces nosotros vamos poniendo las respuestas a lo que propone el chequeo.

La política de corrección es algo que nos tomamos muy en serio. Nosotros nos comprometemos con que si alguien nos envía un dato más actual o más comprensible que el que nosotros utilizamos [anteriormente] tenemos 72 horas para revisarlo y modificar el artículo en el caso de que lo necesite. Y, obviamente, modificamos el artículo asignando la razón de por qué lo cambiamos.

P: ¿Cómo trabajan la automatización del método desde Chequeado?

R: Nosotros sabemos que quienes generan noticias falsas lo hacen más rápidamente que quienes las chequeamos y además utilizando la tecnología a su favor publicando en simultaneo en varias cuentas. Entonces desde hace tiempo nos planteamos la necesidad

de ser más veloces porque los chequeadores del mundo tenemos equipos pequeños y los recursos humanos somos caros. Necesitamos ser más veloces. Nosotros lideramos la automatización en español y FullFact lidera en inglés.

Lo que tenemos funcionando hoy día es un producto de Chequeabot que se llama ¿Qué se chequea hoy? y permite que Chequeabot, nombre que votó la gente, tome la información de 30 medios argentinos de todos los discursos del presidente y todos los discursos del Congreso e identifica frases chequeables, factuales. Esto lo aprendió a hacer porque con el *machine learnign* (inteligencia artificial) fuimos enseñando en base a los chequeos de años anteriores nuestros, los chequeos y el análisis de los discursos de los presidentes, de Macri, de CFK y de aperturas de sesiones de congreso.

Lo que nos permite es que Chequeabot nos traiga un caudal de posibles notas chequeables. Y la segunda cosa es que la herramienta ya sabe lo que chequeamos en el pasado, cada vez que hay una repetición de una frase que chequeamos, nos avisa y podemos republicar, sobre todo, la noticia o el chequeo en redes sociales. Siempre tenemos probado que tiene más impacto lo que chequeamos cuanto se publica más cerca del momento.

P: ¿Cómo valora el impacto del fact-checking en la sociedad y en la clase política a lo largo de estos años?

R: Creo que, como cualquier iniciativa, es un movimiento relativamente nuevo, es una iniciativa de la sociedad civil y en general los impactos de las organizaciones llevan tiempo porque en general tiene que ver con cambios culturales y, además, son progresivos. Nosotros lo que claramente vemos en la Argentina es que hay más conciencia, tanto de los líderes políticos como de la gente. Cada vez que hay una conferencia del presidente aparece la gente diciendo esto está chequeado, es un concepto que antes no aparecía, es algo que nos parece importante. Ahora, respecto del impacto del fact-checking está también probado con evidencias científicas que una de las dificultades que tiene el fact-checking es que todos los humanos tenemos nuestro sesgo de confirmación, que hace que en general prefiramos abrazar los datos que confirman lo que opinamos y descartar aquellos que nos contradicen. En esa línea, creo que se presenta el desafío que tenemos los que hacemos fact-checking, que es cómo trabajamos con otras herramientas que no sean únicamente presentar los datos de manera pura y dura para lograr que la gente abrace los datos. Parte del éxito de quienes

generan noticias falsas es que apelan a la emoción, entonces, parte de la apuesta de Chequeado desde hace tiempo es trabajar desde el laboratorio de innovación en nuevos formatos y en uso de humor y de juegos y de otras cosas para entrarle al cerebro no solamente desde el aspecto racional sino de otras maneras.

Entrevista a Desirée Yépez, editora de Ecuador Chequea

Pregunta: ¿Con qué objetivos nace Ecuador Chequea y cómo ha evolucionado hasta ahora?

Respuesta: La misión de verificar el discurso público parte de fortalecer la democracia, aumentar la rendición de cuentas e incentivar la participación ciudadana más y mejor informada. Además, se sostiene en la apertura y circulación de datos fidedignos.

En ese contexto, Ecuador demandaba un proyecto serio de verificación que trabajase de manera objetiva. Así nace, en octubre de 2016, Ecuador Chequea. Tras su éxito en la campaña electoral de 2016/17, cotejando el discurso de los candidatos a la Presidencia de la República, se volvió necesario dar sostenibilidad al mismo.

Actualmente se mantiene el trabajo de verificación a través de monitoreo de diarios de noticias, redes sociales, comunicados de prensa, etc. Con el objetivo de determinar si los enunciados son ciertos, merecen contextualización, son insostenibles o falsos, el abanico de sujetos verificables se amplió. Ahora se chequean las declaraciones de las principales autoridades: presidente y vicepresidente de la República, ministros, autoridades legislativas y locales (alcaldes), así como de otros protagonistas de la coyuntura política. Otro de nuestros enfoques principales es la verificación de los contenidos falsos que circulan en Internet o mal denominados “noticias falsas”.

P: ¿Qué principios éticos/deontológicos sigue Ecuador Chequea?

R: Los principios que rigen esta propuesta son los mismos que aplican a cualquier práctica periodística. Es decir, esta experiencia acoge las herramientas de la verificación de datos, dentro de las tendencias que emergen en entornos digitales, pero no para poner un apellido más al periodismo, sino para reafirmar la base del oficio: la confrontación de datos. En esa misma línea, los principios determinan que la información que se publica es veraz, plural, contrastada y está verificada.

Ecuador Chequea se define como un sitio no partidario que tiene como objetivo cotejar las declaraciones de políticos, líderes de la sociedad civil, personas públicas, medios de comunicación u otras instituciones formadoras de opinión. En ese contexto, quienes integran su equipo se mantienen distantes de intereses políticos y/o económicos.

Las verificaciones publicadas en este portal alcanzan a personas e instituciones con relevancia en el espacio público, sin importar su identificación política.

P: ¿Cuál es el proceso o pasos que sigue la metodología para la verificación del discurso público?

R: Ecuador Chequea, bajo la orientación inicial de Chequeado, de Argentina, acoge una experiencia de verificación que se desarrolla en las siguientes etapas:

a) Monitoreo y selección de frases o contenidos verificables.

Este portal verifica el discurso y las declaraciones de las principales autoridades: presidente y vicepresidente de la República, ministros, autoridades legislativas y locales (alcaldes), así como de otros protagonistas de la coyuntura política; así como los contenidos falsos que circulan en Internet o mal denominados “noticias falsas”. Se acogen enunciados que son confrontables con hechos concretos de la realidad o con datos que nutren bases oficiales, académicas e independientes. Los periodistas del portal seleccionan frases que inciden en el debate público nacional o sobre la coyuntura sociopolítica del país.

Las fuentes de rastreo son las siguientes:

- Boletín del Centro de Monitoreo de Fundamedios
- Sistema de Google Alerts
- Monitoreo en redes sociales
- Asistencia a encuentros académicos donde los sujetos políticos exponen sus ideas
- Entrevistas con los sujetos políticos

b) Confrontación de la frase seleccionada con el sujeto político o con su equipo de asesores.

Se remite la información desde el correo oficial [ecuadorchequea@gmail.com](mailto:ecuadorchequea@gmail.com) y se pide respuestas desde las cuentas oficiales del candidato o del movimiento o partido político al cual pertenece. Se requiere la base de datos de la cual el actor político toma una cifra

para su discurso y se solicita mayor contexto para sus enunciados. El equipo periodístico advierte un plazo de 48 horas. Si se vence dicho plazo, se publica el trabajo y se consigna que se hizo el requerimiento de información. Si después de este plazo el sujeto político aporta información, se incluye dicho material en el portal con el encabezado “Actualización”.

- c) Contextualización del enunciado seleccionado con base en los datos oficiales e independientes que existan sobre la materia. Desarrollo de material infográfico para una mejor lectura de los datos procesados.
- d) Ampliación cualitativa de los datos verificados con el aporte de académicos, investigadores y analistas de organizaciones o instituciones relacionadas con el tema. Se entrevista brevemente a la fuente y se transcribe el contenido para ampliar la apreciación y discernimiento de la información.
- e) Discusión editorial entre el equipo periodístico para validar la calificación del enunciado del sujeto político.
- f) Publicación del chequeo.

P: ¿Cuáles son los criterios para escoger qué afirmación chequearán y cuál no?

R: Se seleccionan frases que inciden en el debate público nacional o sobre la coyuntura sociopolítica del país. Se acogen enunciados que son confrontables con hechos concretos de la realidad o con datos que nutren bases oficiales, académicas e independientes.

P: ¿Cuáles son las principales fuentes que utilizan para comprobar la exactitud de una declaración?

R: Eso depende del tipo de tema que se aborde en la declaración. Pero, en términos generales, hacemos un rastreo en las instituciones oficiales: ministerios, secretarías de Estado, observatorios, universidades. A escala internacional, también consultamos con organizaciones oficiales como el FMI, BID, ONU...

P: Respecto al sistema de calificaciones, ¿a qué criterios atienden las cuatro categorías (Cierto, Sí, pero..., Insostenible, Falso)?

R: La metodología que acoge Ecuador Chequea incluye cuatro categorías de valoración de los enunciados de los actores políticos:

Cierto. Las declaraciones de los sujetos políticos que son integralmente precisas, directamente congruentes con la fuente objetiva, y no omiten datos ni limitan la contextualización de la temática en discusión. –Dentro de nuestra iconografía, hemos sintetizado esta categoría con la figura de un huevo de oro. Pues tener datos correctos es como tener a la gallina de huevos de oro (toda la identidad gráfica será mencionada en los siguientes segmentos).

Sí, pero. Los enunciados que incluyen información verificable o datos parcialmente veraces, por lo cual requieren mayores ejercicios de contextualización para determinar, con claridad y precisión, el nivel de acierto de la afirmación de un actor político. Iconográficamente nos servimos de un pollito que rompe el cascarón, como una evocación a la objeción, la impugnación y el mayor escrutinio de información.

Insostenible. Toda expresión que no permite identificar directamente los argumentos o las bases de datos de las cuales se haya desprendido dicho enunciado. En esta categoría no se adelanta criterio sobre la certeza o falsedad de una declaración hasta ubicar con precisión la fuente objetiva con la cual confrontar aquella información. Un pollo desplumado es el símbolo en este nivel. Una metáfora del rey desnudo. Evocación de los apuros que pueden afrontar los sujetos políticos que hablan sin sustento.

Falso. Una declaración que riñe abiertamente con el dato objetivo. Un argumento falaz. Sin más: una mentira comprobada... El uso de información falsa termina por quemar al pollo. Por eso la ciudadanía no se comerá ese cuento...

P: En el caso de noticias falsas, ¿cuál es el proceso o pasos que se siguen para desmentirlas?

R: En primer lugar, se realiza una búsqueda minuciosa del contexto de dicha información. Se busca el origen de ese contenido. Por ejemplo, si es una foto que está descontextualizada o modificada, nos valemos de herramientas como Google Imagen para determinar cuál es la fuente primaria de ese recurso. Si involucra a un personaje de la coyuntura local, se lo coteja con dicho personaje para tener su versión al respecto. Una vez rastreado todo el contexto de dicha desinformación, se procede a publicarla bajo la etiqueta #Falseta.

P: ¿Qué papel tiene la audiencia en Ecuador Chequea?, ¿cómo fusionan la participación del lector con su organización?

R: Creemos en la interacción con nuestros usuarios y para lograrlo, el papel de las redes sociales juega un rol determinante. De ser el caso, si nuestra audiencia expone sus dudas a través de esos canales, nuestra política determina que dichos comentarios deben responderse para despejar cualquier inquietud que se genere.

Además, se habilitó una línea de WhatsApp a través de la cual nuestros seguidores pueden enviarnos contenidos para su verificación respectiva. Una vez realizado el chequeo, se responde el mensaje con el material disponible y publicado.

P: ¿Cómo valoran desde Ecuador Chequea el impacto del fact-checking en la sociedad y la clase política a lo largo de estos años?

R: La propaganda política falsa se difunde en minutos. La razón: el poder de Internet, los medios digitales y las redes sociales. En ese contexto, la verificación de datos se convierte en un recurso que mantiene informada a la ciudadanía con base en hechos confirmados.

La misión de verificar el discurso público parte de fortalecer la democracia, aumentar la rendición de cuentas e incentivar la participación ciudadana más y mejor informada. Además, se sostiene en la apertura y circulación de datos fidedignos.

Las iniciativas de ‘fact-checking’ ofrecen a la audiencia más elementos para comprender la realidad y hacer un análisis crítico de su contexto. El objetivo: alentar a la sociedad a tomar decisiones más conscientes e impermeabilizarse a potenciales intentos de manipulación por parte de los líderes de partidos políticos, grupos económicos u otras organizaciones.