

EL FACT-CHECKING EN CASTELLANO: PRÁCTICAS DE VERIFICACIÓN Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS CONTRA LA *INFODEMIA*

FACT-CHECKING IN SPANISH: VERIFICATION PRACTICES AND TECHNOLOGICAL TOOLS AGAINST THE INFODEMIC

Leticia Quintana-Pujalte

Universidad de Málaga, España

 <https://orcid.org/0000-0002-1834-283X>

Florencia Pannunzio

Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

 <https://orcid.org/0000-0001-5587-1936>

Autor para correspondencia: Leticia Quintana-Pujalte, email: l.quintanapujalte@uma.es

Resumen

La viralización de contenidos deliberadamente falsos impacta negativamente en los pilares de la democracia y significa un problema cada vez más grave para las sociedades actuales. Estos desórdenes de información acrecentaron su presencia durante la crisis sanitaria por la COVID-19, lo cual justifica su observación cada vez más crítica. Este estudio analiza cuarenta y ocho plataformas de verificación que publican sus contenidos en castellano con el fin de conocer los procedimientos y herramientas que ponen en práctica para lidiar con el escenario de desinformación y las noticias falsas. Se realiza un análisis de contenido web y se triangulan los datos con encuestas realizadas a responsables de las iniciativas de fact-checking de América Latina y España. Los resultados indican que la lucha contra la desinformación se da con preeminencia en el territorio digital y con frecuencia, es desigual. Sin embargo, entre las respuestas de los encuestados queda claro que las herramientas tecnológicas también son aliadas fundamentales para combatir la infodemia.

Palabras clave: plataformas de verificación, desinformación, democracia, posverdad, infodemia.

Abstract

The viralization of deliberately false content has a negative impact on the pillars of democracy and represents an increasing problem for today's societies. These information disorders increased their presence during the COVID-19 health crisis, which justifies the critical observation we propose. This study analyzes forty-eight verification platforms that publish their content in Spanish in order to learn about the procedures and tools they put into practice to deal with disinformation and fake news. A content analysis of each website was carried out and the

data was triangulated with surveys sent to people responsible for fact-checking initiatives in Latin America and Spain. The results indicate that the fight against misinformation occurs predominantly in the digital territory and is often uneven. However, it is clear from the responses of those surveyed that technological tools are also essential allies in combating the infodemic.

Keywords: fact-checking platforms, disinformation, democracy, post-truth, infodemic.

Recibido: 27/04/2022

Aceptado: 23/06/2022

Introducción

La crisis sanitaria por la COVID-19 no sólo dejó claro que como sociedad no estábamos del todo preparados para sobrellevar la situación, sino también que muchos sistemas políticos se mostraron débiles a la hora de defender los derechos ciudadanos y, en muchos casos como lo visto en Hungría o Poloniaⁱ, fallaron en mantener las bases democráticas. En un estudio realizado por la organización *Freedom House* en 192 países y con más de trescientos encuestados se comprueba con otros datos esta problemática: “Las respuestas gubernamentales a la pandemia de COVID-19 han erosionado los pilares esenciales de la democracia en países de todo el mundo, creando una crisis para la libertad global” (Repucci & Slipowitz, 2020, p. 3).

El informe de esta organización de defensa de los derechos humanos con sede en Washington, D.C. concluye que 62% de los encuestados desconfían de la información publicada por los gobiernos nacionales; que en 91 países se experimentaron nuevas restricciones a los medios de

comunicación o aumento del control gubernamental de los mismos como resultado de la crisis por coronavirus; y, que de los 22 países que tuvieron elecciones, siete movieron la fecha de los comicios y en cuatro de ellos se modificó la normativa para votar, poniendo como excusa la COVID-19. En 59 países se experimentó violencia policial asociada a la respuesta del gobierno a la pandemia, y 25% de los encuestados reportaron un aumento en las restricciones a las minorías étnicas y religiosas en sus respectivos países (Repucci & Slipowitz, 2020).

La pandemia terminó por consolidar –y desnudar– las desigualdades que a nivel planetario se viven a diario, tanto en el acceso pleno de los derechos ciudadanos como en la universalidad del derecho a la libertad y a la salud.

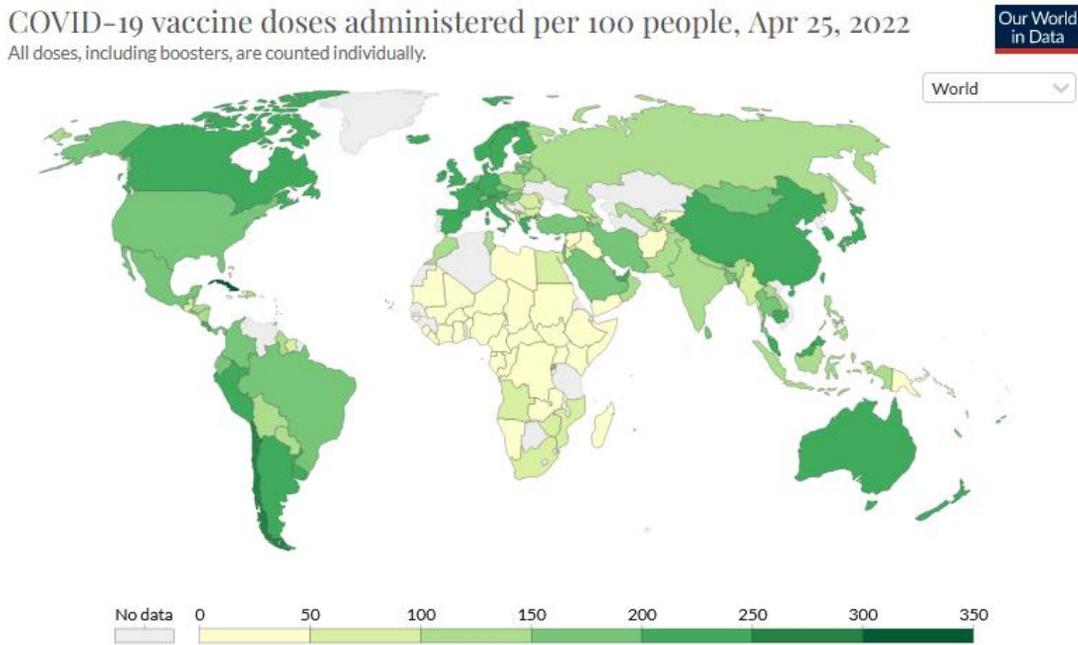
La publicación en línea de la Universidad de Oxford *Our World in Data*, asevera que, a dos años del inicio de la pandemia, la campaña de vacunación que avanza a nivel global refleja las desigualdades en el plano sanitario. Mientras que en los países más poderosos y desarrollados se cuenta ya con altos porcentajes de personas vacunadas (79%, según los últimos datos) en la población correspondiente a

países de bajos recursos sólo el 20% ha recibido al menos una dosis de la vacuna contra la COVID-19 (Orús, 2022). A fines de abril de 2022, el caso más

dramático se observa en el continente africano (Figura 1).

Figura 1.

Vacuna contra la COVID-19 administradas a nivel mundial cada 100mil personas



Fuente: Our World in Data, 2022

En esta crisis sanitaria a nivel global surge la necesidad lógica de los gobiernos de mantener a la ciudadanía informada sobre los avances respecto al control y la mitigación de la situación. A su vez, son los momentos de crisis en los que, desde la audiencia, aumentan los patrones de búsqueda y consumo informativo (Casero-Ripollés, 2020). En este sentido, una de las facetas más peligrosas para el pleno ejercicio de la ciudadanía fue el hecho de que las denominadas noticias falsas se propagasen casi tan rápido como el virus que provocó la pandemia. Incluso la Organización Mundial de la Salud [OMS] junto a otras instituciones internacionales

describieron este escenario comunicacional como de *infodemia*, un neologismo que permitió representar la situación de viralización de contenidos falsos a nivel planetario como “una sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados por difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas” (OMS et al., 2020, párr. 3).

El estudio se enmarca en un contexto en el que ciertos fenómenos –en mayor o menor medida– afectan los pactos de convivencia pacífica en la sociedad, así como también las acciones políticas de

la ciudadanía en su conjunto. Interesa específicamente el impacto de la difusión y consolidación de la desinformación durante la crisis sanitaria, y en respuesta a este problema, se busca reconocer las técnicas y prácticas actuales para combatir estos fenómenos. Por ello, el objetivo general de esta investigación es analizar la estructura, composición y funcionamiento de las plataformas de verificación de información que operan en castellano como lengua principal para comunicar sus resultados, y como objetivos particulares, se propone identificar las herramientas que se utilizan desde la práctica de la verificación en el ámbito hispanoparlante, así como tipificar los contenidos con los que lidiaron estas plataformas en los primeros meses de pandemia en el año 2020.

Para conseguir los objetivos, se propone un abordaje mixto en el que, desde la observación y registro de presencias, ausencias y frecuencia de indicadores, se realiza un análisis de contenido en los sitios web de las plataformas de verificación, y, a la vez, se triangulan estos datos con las respuestas dadas por los responsables de estas plataformas a través de una encuesta enviada para conocer con mayor profundidad la manera en que desarrollan sus actividades. Además, se realiza una clasificación del tipo de contenidos que han sido verificados y desmentidos durante los primeros siete meses de la crisis sanitaria por coronavirus a partir de la observación de la base de datos *LatamChequea* en el que aparecen desmentidos contenidos de América Latina y España.

El estudio inicia con un desarrollo teórico sobre los fenómenos de desinformación en el

escenario de posverdad (Oxford English Dictionary, 2016; Rúas-Araújo et al., 2020; Tsipursky et al., 2018) para luego hacer hincapié en las plataformas de verificación como una de las herramientas disponibles para combatir la problemática de las *fake news*. En este sentido, se procura contextualizar las respuestas dadas a la problemática de las noticias falsas, tanto desde los intentos de regulación que emergieron desde los distintos Estados como las iniciativas de mitigación surgidas en otro tipo de entidades, para luego hacer foco en las plataformas que se dedican a la verificación. El principal universo de análisis lo conforman aquellas plataformas que operan en castellano, para analizar cómo realizan su trabajo y conocer las herramientas que utilizan para combatir la infodemia.

El abordaje propuesto es relevante ya que en los sistemas democráticos la información fiable es el insumo principal para que la ciudadanía decida sus acciones políticas a futuro. Si la ciudadanía es engañada con información errónea que pretende desestabilizar el sistema y no cuenta con las herramientas para desenmascarar ese timo, podría haber implicaciones graves en el sistema político, generando un desequilibrio que perturba el principio de igualdad intrínseca, un pilar de la democracia (Dahl, 2006).

Además, el estudio se justifica por comprender que, ante este escenario de crisis, el rol de quienes se dedican a la verificación del discurso cobró especial relevancia. Dentro del ámbito anglosajón estas entidades tienen una larga data (Graves, 2016), sin embargo, son relativamente jóvenes en el ámbito hispanoparlante. Según datos

del informe del *Duke Reporters' LAB* (2021), ha habido un *boom* en el inicio de actividades de plataformas de verificación en castellano, lo cual también respalda el enfoque que se propone. La hipótesis que mueve esta investigación es que el escenario digital proporciona un espacio ideal para la viralización de desinformaciones, a la vez que se constituye como el territorio simbólico privilegiado para combatir las.

Marco teórico

El reporte global *Edelman Trust Barometer 2021* denuncia que, según sus datos, la confianza depositada en las fuentes de información ha sufrido “caídas históricas” durante la crisis sanitaria del último año (Edelman, 2021, p. 24). Un gran porcentaje de los encuestados aseguraron que las organizaciones de noticias son vistas como tendenciosas. Además, una considerable porción de estos (59%) respondieron estar muy de acuerdo ante las frases “los periodistas y reporteros intentan deliberadamente engañar a la gente diciendo cosas que saben que son falsas o grandes exageraciones” y “la mayoría de las organizaciones de noticias están más preocupados por apoyar una ideología o posición política que con informar al público”. Sumado a ello, el 64% respondió estar muy de acuerdo con la frase “a los medios de comunicación no están haciendo un buen trabajo al ser objetivos y no partidistas”. Los mayores índices de acuerdo con esta última frase en América Latina fueron en

Colombia, Argentina, Brasil y México, con más de 66% de los participantes de acuerdo en todos los casos (Edelman, 2021).

De esta manera, el reporte evidencia la desconfianza generalizada hacia las instituciones sociales (empresas, medios, gobiernos y ONGs) y los líderes de todo el mundo (Edelman, 2021). El único dato rescatable de este escenario de crisis informativa es que tanto el *Edelman Trust Barometer 2021* como el *Reuters Institute Digital News Report 2021* coinciden en que, durante la pandemia, la audiencia se ha volcado a confiar en las marcas periodísticas con trayectoria: “La diferencia entre ‘los mejores y el resto’ ha crecido, al igual que la brecha de confianza entre los medios y las redes sociales” (Newman et al., 2021, p. 4) (*Figuras 2 y 3*).

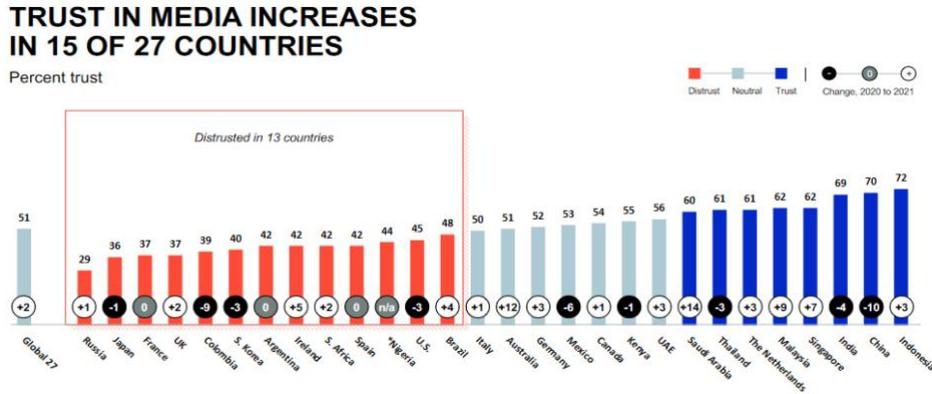
En este escenario de desconfianza casi generalizada, sólo los medios con cierta trayectoria parecen ser confiables ante la audiencia. Sin embargo, queda claro que el crecimiento exponencial de la difusión de noticias falsas genera una crisis de desconfianza que repercute finalmente en la totalidad del ecosistema mediático, cada vez más híbrido y complejo (Chadwick, 2013), debido a la existencia de múltiples productores y consumidores de información. Es allí donde se cuece el caldo de cultivo para la desinformación. La preocupación fundamental radica en el hecho de que, como señalan diversas investigaciones (Fernández-García, 2017; Lotito et al., 2021; Vosoughi et al., 2018; Zhao et al., 2020; entre otros), se propaga más fácilmente un contenido sensacionalista y falso que una noticia verdadera. Esta situación llevó a Lomas (2018) a diagnosticar que las noticias falsas suponen una crisis

existencial para los medios de comunicación social y, desde el punto de vista de este artículo, también significa un grave problema para la estabilidad

democrática, porque la ciudadanía tiene el derecho a la información confiable que le permita tomar mejores decisiones cívicas y políticas.

Figura 2.

Confianza en medios de trayectoria según el Edelman Trust Barometer 2021

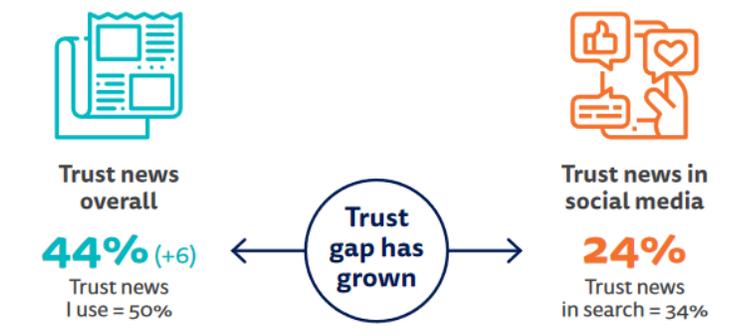


Fuente: Edelman, 2021, p. 45

Figura 3.

Confianza en medios de trayectoria según el Reuters Institute Digital News Report 2021

PROPORTION THAT TRUSTS MOST NEWS MOST OF THE TIME – ALL MARKETS



Q6_1/2/3/4. Please indicate your level of agreement with the following statements: I think you can trust the news/news I use/news in social media/news in search most of the time. Base: Total sample in all markets: 92,372.

Fuente: Newman et al. 2021, p. 19

Para Ferrara (2018), Frost (2020) y García-Orosa (2021), entre otras investigaciones que se toman como referencia conceptual en el presente estudio, la desinformación erosiona la estabilidad democrática. Ferrara (2018) se preocupa por la alta influencia que tienen los *bots* en el ecosistema digital en la difusión de las noticias falsas, así como en el establecimiento de la agenda de discusión política. En su estudio toma como caso las elecciones presidenciales de los Estados Unidos de 2016, y concluye que los *bots* tuvieron un papel protagónico a la hora de establecer marcos interpretativos en las plataformas digitales, especialmente en Twitter.

Frost (2020) también se ocupa de los *bots* y su capacidad para instalar temas y encuadres en el territorio digital que trascienden las fronteras virtuales. Su postura denuncia el grave problema que significan para las sociedades modernas la especialización de los *bots*, herramientas tecnológicas que logran detectar usuarios reales a los que hacer llegar su contenido para que estas personas, engañadas por la información, la viralicen en su red. “Las estrategias basadas en *bots*, por lo tanto, funcionan haciendo que las voces humanas reales y la credibilidad personal de los usuarios sean un medio para disfrazar y promover un esfuerzo que en realidad comienza como una manipulación calculada” (Frost, 2020, p. 8). La influencia de estas máquinas en la discusión política online se exagera cuando se comprueba que aunque representan 15% de las cuentas que tratan un tema, logran el 19% de la conversación sobre el mismo (Bessi & Ferrara, 2016).

Otra de las cuestiones que señala Frost es que los usuarios de redes sociales tienen grandes dificultades para identificar cuándo se encuentran interactuando con un *bot*, porque, como señalan distintas investigaciones al respecto, estos tienen la capacidad de imitar a los humanos y terminan por amplificar aquellos temas y encuadres que más *engagement* positivo o negativo generan (Kitzie et al., 2018; Stella et al., 2018). Tal como señalan Vosoughi et al. (2018) en su estudio sobre la viralización de noticias falsas y verdaderas en Twitter, los *bots* pueden colaborar en la amplificación de desinformaciones, pero en última instancia, somos los verdaderos usuarios, las personas reales, las que terminamos colaborando en la viralización de contenido engañoso o falso.

Los desafíos que impone la hegemonía digital a los pilares de la democracia son variados, siguiendo a García-Orosa (2021), se puede señalar que la intervención de *bots* y algoritmos en la conducción de la discusión política *online* puede ser una estrategia de “ocultación de autores e intenciones” (p. 6). Pero también las herramientas tecnológicas pueden colaborar en el fortalecimiento de la democracia con la movilización de las bases a través de campañas de *grassroots*, que trascienden las fronteras de lo meramente digital (Quintana-Pujalte & Almansa, 2021). En este sentido, Monsees (2021) considera que hay que tener una mirada más crítica sobre el fenómeno de la desinformación y sus efectos en la democracia. Como indica la autora, “las *fake news* son vistas como el factor principal del debilitamiento democrático, el aumento del autoritarismo, el populismo, el racismo y la

polarización de la sociedad. Sin embargo, las *fake news* pueden ser mejor entendidas no como una causa de estos fenómenos sino más bien como un síntoma de estos" (Monsees, 2021, p. 1).

El problema que significan estas informaciones falsas es que muchas veces la ciudadanía no tiene la capacidad de discernir lo falso de lo verdadero. Estudios recientes señalan la gravedad de esta situación en lo referente a la participación política y la toma de decisiones que afectan de manera colectiva, poniendo al debate sobre el Brexit o las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2016 como los hitos referentes al uso político de la desinformación, y la escasez de herramientas ciudadanas para detectar el engaño y la manipulación (Bessi & Ferrara 2016; Howard & Kollanyi, 2016; Howard et al., 2018). Al analizar los casos del Brexit, las elecciones de Estados Unidos de 2016 y de Reino Unido de 2019, Gaber & Fisher (2021) han llegado a hablar de la mentira como estrategia política, cuyo único fin es el de controlar la agenda y lograr votos. Esta táctica, señalan, “representa un desarrollo de giro político, primero evidente en la era de los medios de comunicación de masas, que se ha intensificado por la creciente profesionalización de comunicación política y el auge de las redes sociales” (Gaber & Fisher, 2021, p. 460). En este terreno de lo incierto se constituye un escenario caracterizado por la posverdad, término que el Oxford English Dictionary (2016) tomó como palabra del año.

La viralización de contenido deliberadamente falso cobra influencia en el territorio político ya que actualmente existen actores

políticos de alta visibilidad que llevan al límite las acciones de manipulación del discurso público. Así lo señalan Tsipursky et al. (2018):

La política de la posverdad también describe un nuevo modelo de comportamiento cuando se descubre la mentira. A diferencia de aquellos políticos que confiesan o cambian de posición cuando son atrapados, los políticos de la posverdad no retroceden de sus falsedades. En cambio, atacan a quienes señalan sus engaños, socavando la confianza pública en expertos y en las fuentes creíbles de noticias fiables. (p. 48)

Las *fake news* o desórdenes de información –como les denomina Wardle (2019)– son un problema cada vez más notable a escala global. Se han observado ciertos intentos desde los Estados para regular este problema. En tanto algunos ejemplos relevantes en Asia, se puede mencionar el caso de Tailandia, país que tiene un centro anti *fake news*; el gobierno da una definición muy amplia sobre cuáles son contenidos considerados como tales, como todo aquello que afecte el orden, la paz, la moral y la seguridad nacional. Malasia tuvo un intento de regulación; estableció una ley en 2018 –la cual ya no está vigente– que criminalizaba la desinformación, tanto de parte de quien la producía como de quien la compartía. En Indonesia, desde 2017, buscan exterminar rumores incluso en redes de telefonía, incluyendo *WhatsApp*. Un caso particular es un grupo de madres que compartieron contenido falso

sobre posibles terremotos y fueron encarceladas por difundir esa información.

En cuanto a las regulaciones, en Europa se encuentran varios intentos. En Francia, gracias a una ley aprobada en el 2018 conocida como “Ley anti *fake news*”, se castiga a quienes las propaguen con multas de hasta 45,000 euros o incluso la cárcel. La ley establece como delito la difusión masiva y artificial de falsedades que puedan perturbar el orden público y la sinceridad de un voto electoral. Las denuncias se presentan ante el Consejo Superior de lo Audiovisual (CSA), una autoridad de tutela independiente, que tiene la potestad de intervenir jurídicamente de manera rápida y eficaz (Ley No. 2018-1202). En Italia, se creó una comisión parlamentaria de investigación contra las *fake news*. En España, durante el año 2020, se publicó una Orden en el Boletín Oficial del Estado (Orden PCM/1030/2020) que establecía mecanismos para evaluar de manera continua los fenómenos de desinformación. Esta orden fue dictaminada por el Consejo de Seguridad Nacional español. En Dinamarca, se modificó el código penal en el año 2019 para tipificar como delito la desinformación que ayude o permita a un actor extranjero influir en la opinión pública. En Lituania, se incluyó una Ley de Información Pública que permite que la Comisión de Radio y TV (LRTK) de ese país tenga injerencia sobre los contenidos falsos que puedan ser difundidos en estos canales. Por ejemplo, tiene la potestad de detener y suspender transmisiones de emisiones extranjeras. En Alemania, luego de un largo debate sobre la influencia o no en los contenidos que se difunden –siendo más proclives a

educar a la ciudadanía en la identificación de las desinformaciones– actualmente está planificada la creación de una Unidad de Comunicación Estratégica del Ministerio de Exteriores para contrarrestar la desinformación en el país teutón.

En América Latina existen iniciativas recientes que buscan entrar en el ámbito de la discusión sobre el tema, pero carecen de una definición concreta de lo que puede ser considerado *fake news* o no, por ejemplo, en Brasil. En Argentina, el gobierno está construyendo un ente autárquico denominado *Nodio*, con el objetivo de combatir las noticias falsas y los discursos de odio. Algunas agencias de noticias nacionales latinoamericanas (en México y en Argentina) han creado dentro de la agencia oficial del gobierno un sector dedicado al tema de desinformación. El caso es que, al observar los chequeos, hay pocos o ninguno, sobre cuestiones del propio gobierno. De manera que el debate sobre la regulación puede ser un camino, pero es evidente que exige a la par un profundo debate sobre la libertad de expresión.

El esfuerzo por combatir las noticias falsas proviene también de otras instituciones que tienen el ejercicio de la verificación como herramienta principal. Se pueden mencionar algunos ejemplos: la Unión Europea cuenta con una acción de vigilancia para combatir las *fake news* que se dan dentro de su territorio; la ONU cuenta con una iniciativa denominada *Verified* que también busca la colaboración ciudadana para la denuncia de informaciones falsas; agencias de noticias disponen ya de un área específica de verificación de informaciones y, desde septiembre de 2015, se ha

creado la *International Fact-Checking Network* (IFCN), una unidad del Instituto Poynter dedicada a reunir a verificadores de datos en todo el mundo. Actualmente, son setenta y cuatro las organizaciones que forman parte de esta red, provenientes de setenta países y realizan chequeos en cuarenta idiomas. Su función es la de verificar declaraciones de figuras públicas, instituciones importantes y otras afirmaciones de interés para la sociedad y de amplia circulación.

Más allá de las buenas o malas intervenciones estatales para la regulación de estas prácticas, y el consecuente debate sobre libertad de expresión que estas regulaciones conllevan, la difusión de contenidos en redes sociales se sostiene en el anonimato y la opacidad de las fuentes que generan la información, lo cual constituye el territorio ideal para la difusión y viralización de todo tipo de contenidos (Becerra & Waisbord, 2020). El fortalecimiento de las organizaciones que se dedican a verificar información debe ser un compromiso transnacional, porque son herramientas que permiten generar pedagogía en las audiencias, lo cual coadyuva a una mejor expresión de la ciudadanía informada.

La historia de la verificación en el periodismo

Ufarte-Ruiz et al. (2020) definen al *fact-checking* como “una práctica periodística basada en la comprobación a posteriori de informaciones publicadas por los medios de comunicación y en la verificación de las declaraciones o comentarios realizados por líderes políticos o personajes

relevantes” (p. 24). La práctica habitual de verificación más allá de la intervención del editor o del propio periodista se originó hace un siglo en Estados Unidos. En respuesta al ascenso del periodismo amarillista o *yellow journalism*, algunos medios de ese país comenzaron a preocuparse por comprobar la veracidad y credibilidad de los hechos reportados. En 1913, Ralph Pulitzer estableció el *Bureau of Accuracy and Fair Play* en el *New York World* con el objetivo de asegurar a los lectores que lo que leían era verídico. Generalmente, se verificaba la información ya publicada por el medio (Kovach & Rosenstiel, 2014). Una década después, en 1923, la revista *TIME* decide contratar a una persona cuya función específica era la de verificar los contenidos antes de ser publicados. Era Nancy Ford, y su rol consistía en corregir y, a veces, prevenir la publicación de errores e imprecisiones por parte del medio. Según indica *TIME* en un informe histórico (Fabry, 2017), Ford y su equipo –compuesto sólo por mujeres– se dedicaban a verificar la información con la ayuda de los datos compilados principalmente en la Biblioteca Pública de Nueva York:

Ella llamaba al mostrador de información de la biblioteca pública para "casi cualquier cosa" y estaba allí con regularidad hasta que cerraba. Y cuando llegaba el momento de que la revista se enviara a la imprenta cada semana, ella y el resto del personal necesario se apilaban en un taxi con sus materiales de verificación para dirigirse a la imprenta (Fabry, 2017, párr. 11).

Este podría ser el origen de distintas iniciativas de verificación de información en el periodismo que llegaron *a posteriori*. *The New Yorker*, conocido durante mucho tiempo por su proceso de verificación, comenzó a publicar en 1925 y, dos años después, comenzó a realizar una verificación rigurosa. *Newsweek* comenzó a publicarse en 1933. Se pueden situar en las primeras décadas del siglo pasado las primeras iniciativas de verificación de información, las cuales fueron de la mano con la consolidación del periodismo como industria, y fue dentro del mercado estadounidense dónde comenzó a centrarse la atención en los hechos. “La profesionalización del negocio incluyó la codificación de la ética y la creación de organizaciones profesionales. Y, a medida que el periodismo objetivo se hizo popular, los ideales de precisión e imparcialidad comenzaron a importar más que nunca” (Fabry, 2017, párr. 5).

La revolución de *TIME* marcó una tendencia y otras publicaciones siguieron rápidamente su ejemplo. La verificación de datos se convirtió en estándar en organizaciones de noticias respetadas a lo largo del siglo XX. Sin embargo, con la irrupción global de Internet y la difusión cada vez mayor de noticias falsas o desinformaciones, el *fact-checking* tomó un impulso fundamental. Hubo casos pioneros de verificadores en la arena digital –también ubicados en Estados Unidos– como *Snopes*, que, lanzado en 1994 e inicialmente enfocado en romper mitos y leyendas urbanas, fue la primera iniciativa digital de *fact-checking* documentada (Graves, 2016). Más tarde, en 2003, se identificó la creación de *FactCheck.org*, y *PolitiFact*, en 2007. Desde esos

primeros cibermedios dedicados a la verificación, el número de iniciativas ha ido *in crescendo*. Según un registro de la Universidad de Duke, en 2014 las plataformas de verificación activas oscilaban en 44, mientras que en 2021 se han registrado más de 300 plataformas activas a nivel global (Duke Reporters’ LAB, 2021).

Plataformas de *fact-checking* del siglo XXI

El escenario híbrido y complejo de la sociedad digital se compone de muchos productores y muchos consumidores. Las tecnologías digitales cada vez más consolidadas tienen un significativo impacto en el modo en que se generan y consumen contenidos en la actualidad. Sin barreras nacionales que impidan o mitiguen su distribución, publicaciones de todo tipo se difunden a nivel global. Entre estas, las desinformaciones encuentran también un espacio de expresión amplificado por las lógicas del *share* y los *me gusta*.

En una publicación reciente, la verificadora brasileña Cristina Tardáguila (2021), colaboradora de la IFCN, hace referencia a la manera en la que los contenidos falsos sobre la pandemia se han diseminado desde Estados Unidos hacia América Latina durante la crisis sanitaria. Toma como caso el pseudo documental *Plandemic* para demostrar con cuánta rapidez los contenidos falsos y negacionistas llegaron a ser traducidos tanto al castellano como al portugués, e ingresaron de lleno en el imaginario colectivo de América Latina a través de las redes sociales. Esta capacidad de intromisión y difusión de contenidos sin fundamento demuestra la importancia

de un abordaje global contra la desinformación, ya que las legislaciones nacionales serían insuficientes para luchar de igual a igual con esta problemática.

En este marco, las grandes empresas tecnológicas han comenzado a realizar su aporte para el control de los contenidos que se generan y difunden en sus espacios digitales. Durante la crisis sanitaria, *Twitter* estableció un aviso que muestra a los seguidores si se retuitea un contenido sin haber ingresado antes en el enlace, y generó una alerta que destaca si la información del tuit es errónea o cuestionable. También endureció su seguimiento a cuentas falsas y estableció una política específica sobre publicación de contenido engañoso respecto a la COVID-19 (Twitter, 2021). Por otro lado, luego del escándalo por el tráfico de datos de *Cambridge Analytica* en las elecciones de Estados Unidos de 2016, la compañía *Facebook* estableció un sistema para evitar la viralización de noticias falsas a través de su programa de *fact-checking* que se gestiona por parte de terceros ajenos a la compañía, con el fin de combatir los rumores que circulan dentro de su plataforma. Además, generó un aviso a los usuarios cuando estos establecen alguna interacción con contenidos falsos, gracias al desarrollo de una tecnología de algoritmos encargados de detectar informaciones falsas. Por su parte, *WhatsApp* determinó un límite a la cantidad de mensajes que podían ser reenviados, con el objetivo de bajar los niveles de viralización de contenido. Por su parte, *Google* ofrece varias herramientas para identificar la antigüedad de las imágenes que circulan en la red y el contexto en el que se publicaron.

La intervención de la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos, por ejemplo, ha impuesto restricciones para que la empresa entonces denominada Facebook –actualmente llamada Meta– diera respuesta sobre el tratamiento indebido de datos personales de millones de estadounidenses ante las elecciones presidenciales de 2016. Le ha obligado a incorporar un comité independiente para temas de privacidad, y le impuso una multa por cinco mil millones de dólares (BBC, 2019). El caso es que las redes sociales ganan más dinero cuando más cantidad de usuarios interactúan entre ellos y con cierto contenido. Gracias a los algoritmos de reconocimiento de intereses, se definen contenidos coincidentes con las pautas de búsqueda, lo cual provoca una oferta permanente de contenidos similares con los que se ha interactuado, y los campos semánticos de búsqueda aumentan a medida que el algoritmo realiza la lectura de los datos. Sin embargo, investigaciones internas recientes que se han hecho públicas sobre el algoritmo de Meta indican que éste tiende a mostrar contenido que genera más *engagement* para asegurar las bases del modelo de negocio de la plataforma (America, 2021). Cuando estos contenidos traspasan lo comercial y se traducen en el reflejo de contenidos de tipo político, se puede generar una cámara de eco en la que los usuarios interactúan con contenido similar a sus creencias previas, reforzando sus prejuicios y, en muchos casos, profundizando la tendencia a la polarización (Aruguete, 2021; Cardenal et al., 2019; Iyengar et al., 2019).

Un nuevo problema que surge en el horizonte de la verificación es el crecimiento acelerado de otras

redes sociales que se muestran laxas o directamente en contra de mitigar la difusión de contenidos engañosos entre sus filas. Entre estas, algunas que han crecido de manera considerable en el último año son *BitChute* y *Rumble*, dos plataformas de publicación de videos parecidas a *YouTube*, pero sin una política estricta de control de contenidos:

[Rumble] En noviembre de 2020, tenía 1,6 millones de usuarios. A finales de marzo de 2021, ya contaba con 31 millones. En abril de 2020, Rumble albergaba videos sobre leones, pájaros y animales domésticos. Recibía cerca de 120 nuevos contenidos cada 30 días. Un año después, bajo la bandera de quienes rechazan la moderación de contenidos online, la plataforma tiene un promedio de 27 mil nuevos videos por mes y, entre los más vistos, están los que debaten teorías conspirativas (Tardáguila, 2021, párr. 30).

Otro ejemplo es *Gab*, una red social inspirada en *Twitter* que permite publicaciones de hasta trescientos caracteres, a la cual se le ha tildado como un espacio de expresión para la ideología de derecha. Una política de control de contenidos a consideración de cada usuario –alegando la libertad de expresión– llevó a que *Gab* sea un espacio desde donde se difunden discursos de odio, racistas y antisemitas (Goodwin, 2021). Su popularidad creció luego del asalto al Capitolio del 6 de enero de 2021, sumado a que otra red social filoconservadora, *Parler*, fue prácticamente eliminada de Internet. *Gab* ganó 2.3

millones de nuevos usuarios la semana siguiente al asalto, recibió visitas de 55 millones de usuarios y obtuvo más de 100 millones de vistas en su página, según la CNN (Goodwin, 2021).

Es claro que tanto el perfil periodístico que se enfoca en los datos como en la verificación constituyen un espacio de permanente cambio y adaptación para combatir la desinformación (Graves et al., 2015). Los estudios sobre el tema parecen tener un consenso respecto a que la mejor respuesta al fenómeno de las noticias falsas no es la censura, sino el *fact-checking* (Rodríguez, 2020).

Metodología

En este estudio se propone conocer el trabajo que realizan las plataformas de verificación, y se toma como caso aquellas que operan en la verificación de datos en castellano. Para alcanzar este propósito se utilizarán diferentes técnicas cualitativas, como el estudio de caso aplicado a cada una de las iniciativas, las encuestas a los responsables de éstas y el análisis de contenido web.

En cuanto al análisis de contenido, se toman como referencia estudios como los de Vizoso & Vazquez-Herrero (2018), quienes realizan un análisis sobre diecinueve iniciativas en castellano, observando sus modelos de negocios y los procesos que las llevaron a consolidarse en el terreno de la verificación. Para la realización de esta investigación se ha acudido al censo de proyectos de verificación de la información elaborado por el Duke Reporters'

LAB (2021). Este centro de investigación realiza un seguimiento de las iniciativas de *fact-checking* existentes en el mundo y ofrece sus resultados en un mapa interactivo. Siguiendo los datos de este informe en particular, se identificaron que al 25 de abril de 2022 existen 356 plataformas activas y 113 inactivas a nivel global. Para formar parte de este informe, las iniciativas de *fact-checking* deben cumplir ciertos requisitos, como la neutralidad, es decir, si se verifican declaraciones de todas las partes (apartidarios), si son transparentes con sus fuentes, explican sus métodos, y si como producto de su verificación llegan a conclusiones. También se considera si son transparentes con su modo de financiarse y declaran sus afiliaciones. Esto es relevante ya que algunos *Think Tanks* partidarios tienen operativas iniciativas de *fact-checking*, pero no forman parte del informe de la Universidad de Duke justamente por no cumplir con la primera norma: la neutralidad.

Luego de constituir el universo de análisis proveniente del relevamiento del informe de la Universidad de Duke, se accedió a cada plataforma en particular para realizar el análisis de contenido en cada iniciativa a partir de la observación en sus páginas web, datos que luego se cruzan con los recabados en el relevamiento de las respuestas en las encuestas, para así identificar los rasgos característicos de las plataformas, la metodología que utilizan y su modo de acción.

Los aspectos que se recogen en la plantilla de análisis de contenido web son: país; denominación de la plataforma; tipo de medio; promotor de la iniciativa –periodista, red de periodistas, ONG o

ciudadanos, medio de comunicación independiente o empresa periodística–; año de fundación; tipo de discurso que someten a verificación; metodología de verificación empleada; herramientas usadas para verificar informaciones; y escala de calificación de la verificación.

En el informe se identificaron 48 plataformas (N=48) de *fact-checking* que utilizan el castellano como lengua para comunicar sus informaciones, correspondientes a trece países hispanoparlantes (siete en Europa –específicamente en España–, nueve de Norteamérica, y treinta y tres corresponden a Sudamérica) (*Tabla 1*).

La encuesta enviada a los responsables de las plataformas contempló tres ejes de análisis:

Eje 1: Vinculado a la iniciativa. Contexto de inicio de actividades; si es independiente o depende de otros medios tradicionales; si son una unidad dependiente de organismos nacionales o internacionales; si realizan actividades educativas para colaborar en la alfabetización mediática; qué perfiles conforman la iniciativa; cuántas personas en promedio trabajan allí de manera continua.

Eje 2: Vinculado a la verificación del discurso. Metodología; cómo les llegan las informaciones; cómo proceden; cómo deciden dónde publicarlas; si tienen alianzas con otros medios para poder dar más difusión a sus verificaciones.

Eje 3: Sobre el uso de la tecnología disponible. Qué aplicaciones utilizan para verificar los discursos o informaciones; qué redes; si tienen aplicaciones propias o creadas *ad hoc*; cuáles recomiendan; si son de fácil utilización o se requieren alguna experiencia previa.

Tabla 1.

Plataformas de verificación en castellano presentes en el Informe del Duke Reporters' LAB (2021)

País	Denominación	País	Denominación
Argentina	AFP Factual (Argentina) Chequeado	Ecuador	Ecuador Verifica Ecuador Chequea
Bolivia	Chequea Bolivia Bolivia Verifica	España	Verificat Polétika Newtral Maldita.es El Objetivo EFE Verifica AFP Factual (Spain)
Chile	Observatorio de Datos del Periodismo y la Comunicación Meganoticias' Noticias falsas La Tercera Fact-Checking FastCheckCL Fake News Report FactCheckingCL El Polígrafo Dinamo's chequeo Chequeando Cazadores de Fake News BioBio Chile Notas Fake News, Santiago Chile AFP FACTUAL CHILE	Guatemala	Fáctica ConPruebas
Colombia	RedCheck Detector de Mentiras, la Silla Vacía ColombiaCheck AFP Factual	México	Verificado Spondeo Media El Sabueso ("The Bloodhound") AFP Factual (Mexico)
Costa Rica	No Coma Cuento Doble Check	Panamá	TVN's BienChequeado
Ecuador	Udla Channel Chequea El Verificador (The Verifier)	Perú	Verificador (Verifier) Salud con Lupa's Comprueba ("Verify") OjoBiónico
		Uruguay	UYCheck AFP Factual (Uruguay)
		Venezuela	Cotejo Efecto Cocuyo EsPaja

De las 48 plataformas en activo, siete de ellas no ofrecían datos de contacto y, aunque se les buscó vía redes sociales, no hubo respuesta. Se enviaron 42 encuestas a los contactos de las plataformas restantes, y aceptaron ser parte de este estudio siete de ellas, las cuales respondieron amablemente a la encuesta enviada. Las plataformas de *fact-checking* en español que finalmente ofrecieron su punto de vista para enriquecer los datos de este artículo fueron *EfeVerifica* (España), *AFP Factual* (España, México, Argentina, Colombia, Chile y Uruguay), La Silla Vacía (Colombia), Fastcheck (Chile), Cazadores de Fake News (Chile), *Ecuador Chequea* (Ecuador) y *Bolivia Verifica* (Bolivia). La observación de todos los factores se realizó en la totalidad de los sitios web, para obtener los resultados que se presentan en el siguiente capítulo.

Asimismo, para realizar el análisis sobre los contenidos que fueron desmentidos durante los primeros siete meses de declarada la pandemia, se toma como referencia el estudio de Salaverría et al. (2020), desde donde se propone una tipología de contenidos engañosos o falsos con los que las plataformas de verificación lidiaron durante la pandemia. En nuestro caso, se accedió a la base de datos de las verificaciones realizadas por la red de verificadores *LatamChequea*, donde se incluyen iniciativas de América Latina, España y Portugal, y se identificaron aquellos contenidos desmentidos durante los primeros meses de la crisis sanitaria por coronavirus. Concretamente, se detectaron contenidos desmentidos presentes en *LatamChequea* entre marzo y septiembre de 2020, y se observó el

tipo de temática desmentida a partir de las etiquetas “ciencia/salud”, “política/gobierno” y “otros”.

Resultados

Análisis de contenido web

Con doce iniciativas activas, Chile se destaca como el país con mayor cantidad de plataformas de verificación hispanoparlantes. Le siguen España con siete; Colombia, Ecuador y México con cuatro; Perú y Venezuela con tres; Argentina, Bolivia, Costa Rica, Guatemala y Uruguay con dos; y Panamá con una (*Figura 4*).

Cuando se observa el tipo de medio se evidencia que la gran mayoría de estas plataformas son medios digitales independientes. Actualmente, de las incluidas en el informe del *Duke Reporters' LAB*, hay veintiséis iniciativas que se declaran libres para ejercer el periodismo de datos y de precisión, así como el *fact-checking*, con vínculos con la sociedad civil o redes de periodistas e investigadores. Este tipo de iniciativas representan el 56% de las activas.

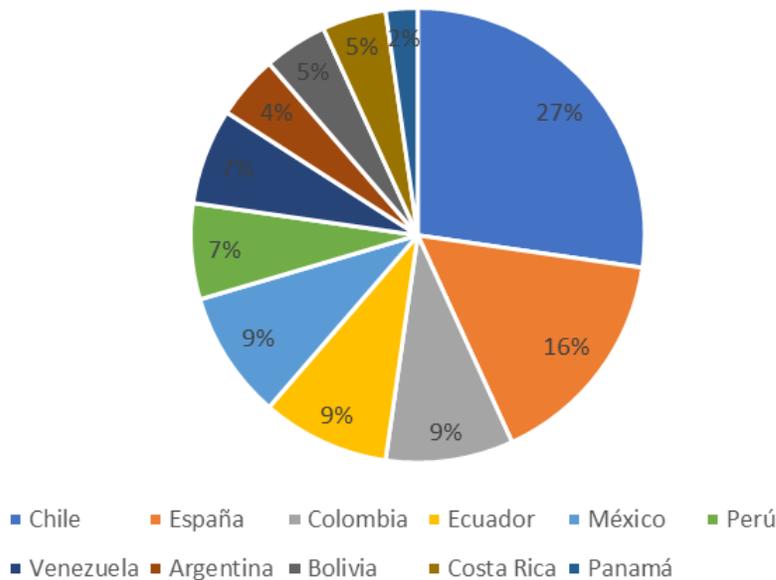
Otro aspecto relevante es la presencia de plataformas de verificación promocionadas desde el ámbito universitario. Esta cuestión se ve con fuerza en América Latina, con seis casos en total donde participan como aliados estudiantes y docentes de carreras de periodismo, junto a periodistas en ejercicio. Las iniciativas chilenas de este tipo son dos, el *Observatorio de Datos de Periodismo y Comunicación* de la Universidad Adolfo Ibáñez y *Fact-checkingCL* de la Pontificia Universidad

Católica de Chile. En Bolivia, encontramos *ChequeaBolivia* que surge de la alianza entre la Universidad Mayor de San Simón, la Universidad Católica-Cochabamba y la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca. En Costa Rica, está

DobleCheck, dependiente de la Universidad de Costa Rica. En Ecuador, *UdlaChannel-Chequea* dependiente de la Universidad de las Américas; y en Guatemala, el caso de *ConPruebas* dependiente de la Universidad Rafael Landívar.

Figura 4.

Plataformas de verificación hispanoparlantes



Este mapa de plataformas se complementa con iniciativas que surgen como un brazo periodístico de medios tradicionales (periódicos, radio y TV). Se han encontrado ocho plataformas vinculadas a otros medios. En Chile, con tres casos, estos son *Meganoticias Noticias Falsas*, *La Tercera Fact-checking* y *El Polígrafo*. En España, es el caso de *El Objetivo*, dependiente de la cadena *La Sexta* y producido por otra plataforma de verificación e innovación periodística como es *Newtral*, startup creada por la periodista española Ana Pastor. En Perú, es el caso de *El Verificador*. En Panamá, *TVN's Bienchequeado*. En México, *El Sabueso* que depende

de otro medio digital, y en Costa Rica, *NoComaCuento*, dependiente del periódico *La Nación* de Costa Rica.

Las agencias de noticias nacionales también implementaron secciones específicas dedicadas a la verificación. La iniciativa de la agencia de noticias francesa AFP tiene una alta presencia en América Latina, se encuentra desde 2018 en cinco países (Argentina, México, Chile, Colombia y Uruguay) y también cumple funciones de verificación en España. Otro caso similar es el de la agencia de noticias española EFE, que también tiene un espacio específico de verificación de noticias, aunque a

diferencia de su par francés, la iniciativa sólo se implementa a nivel nacional.

Detrás del tipo de medio encontramos también quién promueve cada iniciativa. La figura de red de periodistas en alianza con organizaciones de la sociedad civil es la que más se encuentra detrás de los medios independientes. Este trabajo colaborativo también se evidencia en las iniciativas llevadas adelante por las alianzas universitarias con periodistas en ejercicio y organizaciones sin fines de lucro que apoyan estas iniciativas en defensa de la democracia y la transparencia. Otro indicador de calidad del trabajo realizado está dado por el sello de la *International Fact-checking Network* (IFCN), organización dependiente del Instituto Poynter. Sólo el 25% de las plataformas analizadas ostentan este sello, cuatro iniciativas que se declaran independientes, dos vinculadas a medios tradicionales y todas las relacionadas con la agencia AFP. En total, son doce sellos entre cuarenta y ocho plataformas.

En cuanto a la metodología empleada para la verificación hay una brecha entre quienes especifican su método y quienes directamente no tienen un área de información en sus páginas web dedicada a transparentar la manera en la que proceden. Los más simples son los que indican su metodología a partir de pasos o protocolos de acción. Así encontramos los métodos de seis pasos para la verificación de *Chequeado* y de *ColombiaCheck*, o de diez pasos de *FastCheckCl*. En otros casos, sólo mencionan que verifican el discurso, pero no explicitan cómo lo hacen. Esta situación contrasta con la defensa de la

transparencia en el discurso público por el que abogan estas plataformas.

Finalmente, se observó también una alta disparidad a la hora de calificar los discursos que son desmentidos en cada plataforma. Las calificaciones más frecuentes son “falso” y “engañoso”, así como algunos similares como “inchequeable” o “inverificable”. Se notó además un abanico de otras calificaciones como “discutible”, “apresurado”, “a medias”, “manipulación”, “ridículo”, “imposible” o “misterioso”, entre otras. Esta falta de consenso podría ser una debilidad para el sector de la verificación, y posiblemente sea una línea que debe ser trabajada en red para unificar criterios.

Análisis de las encuestas

En esta investigación se propuso analizar la estructura, composición y funcionamiento de plataformas de verificación que operan con el castellano como lengua principal. Para ello, se enviaron encuestas mediante un formulario de Google, que abordó tres ejes: 1) vinculado a la iniciativa; 2) vinculado a la verificación de discursos; y 3) vinculado al uso de tecnologías.

Las plataformas encuestadas surgieron entre 2014 y 2019. Entre los motivos para las iniciativas se identificaron distintas razones, en algunos casos propiciadas por acontecimientos concretos y en otros como modos de profundizar o dar continuidad al trabajo periodístico que ya venían realizando. Por citar algunos ejemplos: Entre los hechos concretos se encuentran la proliferación de noticias falsas durante campañas presidenciales, como en el caso de las

plataformas *Bolivia Verifica* o *AFP Factual México*. En estos casos, citan como detonante la campaña francesa de 2017, la cual permitió el reconocimiento de dicho fenómeno en campañas de otros países, dando inicio al trabajo desde el idioma castellano. También aparecen entre las causas de surgimiento estallidos sociales como el de Chile en 2019 (*Fast Chek Chile*), donde la crisis rebotó en un contexto de desinformación y en bajos niveles de credibilidad en los medios tradicionales. En otros casos, como el de *La Silla Vacía* de Colombia, surgen como una necesidad para ampliar y dar continuidad al trabajo de cobertura de asuntos públicos-políticos que ya se venían dando: “Entendíamos que la verificación del discurso público tenía sentido”, decían. Por otro lado, uno de los proyectos chilenos denominado *Cazadores de Fake News* surgió a raíz de la proliferación de noticias falsas en plataformas de mensajería instantánea como *Whatsapp* y en redes sociales digitales como *Facebook*.

Al ser consultadas sobre su vinculación con organismos nacionales o internacionales, de manera equitativa mencionan que no se vinculan (42.9%) y que sí se vinculan (42.9%) con organismos internacionales, nombrando principalmente a la *International Fact-Checking Network (IFCN)* y a la alianza global de verificadores de datos del Instituto Poynter. Mientras que en menor medida (14.3%) otras plataformas de verificación reconocen vincularse tanto con organismos nacionales como internacionales. En el terreno de la práctica, el 75% de estas plataformas realizan talleres prácticos para transferir su conocimiento acerca de la identificación de noticias falsas.

En el relevamiento de información interesaba conocer no sólo el surgimiento y la metodología de trabajo de las plataformas de verificación, sino también los perfiles profesionales buscados, así como la conformación de los equipos de trabajo. Las plataformas relevadas tienen equipos constituidos por entre tres y 16 personas que se encargan de chequear las informaciones en español. Se identificó una gran variedad de modalidades de vinculación laboral: en algunos casos, la totalidad de la planta cuenta con contratos temporales; en otros casos, la totalidad de los trabajadores se desempeña tanto en el proceso de verificación como en el manejo de redes sociales bajo la figura de voluntariado; y algunas de las plataformas de verificación tienen un porcentaje mayor de trabajadores contratados (entre el 75% y el 90% del personal) mientras que el resto trabaja en calidad de pasante (entre el 10% y el 25%).

En la mayoría de los proyectos relevados, el perfil profesional más requerido es el de periodistas o comunicadores sociales, aunque en algunos casos mencionan la necesidad de establecer equipos interdisciplinarios contando también con ingenieros, analistas de datos, jefes creativos, abogados e historiadores. Al ser consultados sobre la experiencia previa requerida para conformar los equipos de trabajo se mencionan: manejo de redes sociales, experiencia en distintas áreas de información, manejo de idiomas, experiencia en periodismo e, idealmente, en agencias o en trabajos de *fact-checking*, así como experiencia demostrable en el uso de herramientas OSINT (*Open Source INTelligence* o inteligencia de fuentes abiertas). Únicamente dos plataformas indicaron no requerir experiencia previa.

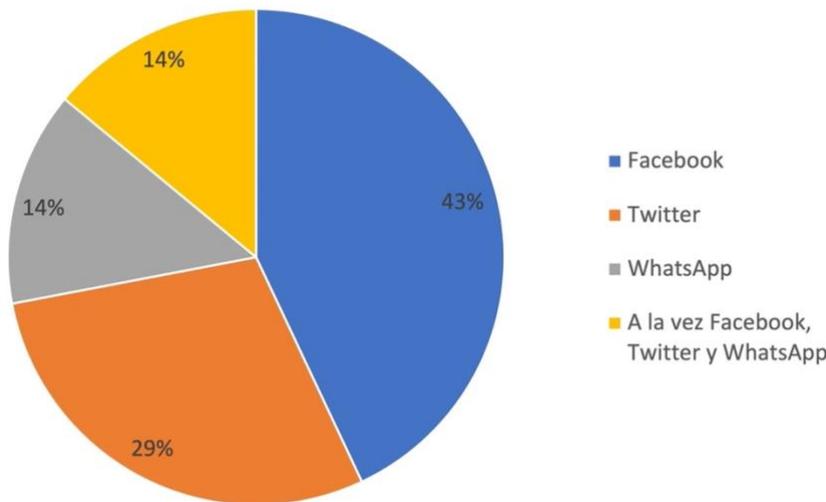
Para conocer la sustentabilidad de los proyectos se indagó sobre sus fuentes de financiamiento, donde también encontramos gran diversidad en las modalidades adoptadas. Mayoritariamente estas plataformas de verificación se sostienen gracias a fondos privados internacionales y al aporte de socios, y en menor medida con fondos estatales o con fondos mixtos (público-privados).

De la encuesta se desprende que las informaciones que reciben para verificar provienen de distintos frentes: en algunos casos, llegan por sugerencias de usuarios a través de líneas habilitadas de *WhatsApp*, mensajería en *Facebook*, *mails*, o por reportes de la propia red de voluntarios; en otros casos, por el propio monitoreo de medios y redes sociales digitales, o mediante un acuerdo de

colaboración con “terceros verificadores” establecidos con la plataforma *Facebook*, aunque afirman que “esta asociación no tiene ninguna incidencia en la selección de contenidos, ni en las decisiones editoriales para este blog”.

Las distintas plataformas reciben mensualmente entre 40 y 110 informaciones para ser verificadas, las cuales en una primera instancia son sometidas al filtro de los dos criterios básicos expresados recientemente. Las redes sociales y/o plataformas en las que realizan verificaciones son mayoritariamente *Facebook* (42.9%), seguida por *Twitter* (28.6%) y, en menor medida, *WhatsApp* (14.3%), aunque también apareció la referencia de hacer los chequeos equitativamente en *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *WhatsApp* (14.3%) (Figura 5).

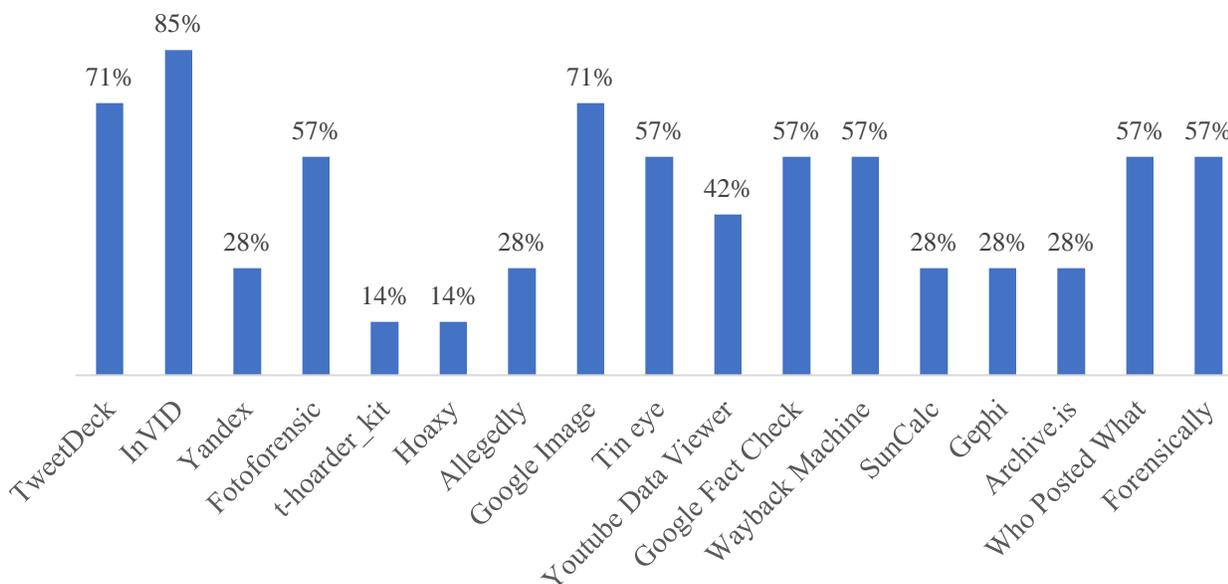
Figura 5.
Redes sociales y/o plataformas en que realizan verificaciones



Hay coincidencia en un 100% que el proceso de verificación de una noticia les demanda una semana, y la gran mayoría (85.7%) realiza la publicación de sus resultados en un sitio web propio, mientras que el resto comunica primero en *Twitter*. Más de la mitad de los proyectos encuestados no poseen acuerdos con medios tradicionales para publicar los resultados de sus verificaciones. En otros casos mencionan que pueden publicar los clientes de AFP, o los clientes nacionales e internacionales de la agencia EFE, siempre con la debida mención a la plataforma. En el caso de *Ecuador Chequea*, mencionan acuerdos con los medios *Vistazo*, *Criterios* y *Telesucesos*.

Otro de los ejes que interesaba conocer tiene que ver con el uso de tecnologías aplicadas para la verificación y desmontaje de discursos públicos. Algunas respuestas dejaron claro que el procedimiento propio del oficio del periodismo, como contactar a la fuente principal es el primer paso, sin embargo, han sido relevantes las respuestas en el uso frecuente de herramientas tecnológicas para verificar las informaciones. La variedad de herramientas utilizadas y el alto grado de coincidencia evidencia la relevancia de estas herramientas para el trabajo de verificación (Figura 6).

Figura 6.
Herramientas tecnológicas para la verificación



Tanto en el análisis de contenido web como en las respuestas a las encuestas se identificó la alta presencia de herramientas tecnológicas para la verificación. Se contabilizaron veinte de éstas, las

cuales representan las de uso más frecuente para verificar. La mayor coincidencia en el uso se da con la aplicación *InVid/WeVerify*, co-desarrollada por AFP, que permite conocer la legitimidad de videos

que se hacen virales en Internet. Se pueden analizar contenidos de *YouTube* o *Facebook*; lo que hace la herramienta es separar el video en fotogramas, que luego pueden ser evaluados como imágenes individuales en otras herramientas como *Google Image Reverse*, el buscador de imágenes de *Bing*, *Yandex* o *TinEye*. Éstas también aparecen entre las mencionadas por los responsables de las plataformas y tienen presencia en los sitios web de la mayoría de las entidades analizadas. Son de uso gratuito y muy intuitivo. Se selecciona la imagen en cuestión y se la sube a la herramienta, luego al “buscar”, ofrecen resultados de imágenes parecidas, su contexto, e incluso, en el caso de *TinEye*, indica desde hace cuánto tiempo esa imagen circula en la red; siendo esto una manera eficiente de desmontar imágenes que se viralizan de manera descontextualizada.

La manipulación de las imágenes para generar contenido falso o engañoso es una actividad frecuente con la que se enfrentan en el proceso de verificación, por lo que otras herramientas como *Hoaxy*, *Allegedly*, *Gephi*, *Forensically* y *Forensic* son de uso habitual. Otras son *WaybackMachine*, *Archive.is*, *Who Posted What*, que permiten hacer un seguimiento reverso de publicaciones o *posts*, y funcionan como una especie de “hemeroteca” digital.

Google Maps es muy eficiente para demostrar falsedades sobre cuestiones que requieren geolocalización. Para videos e imágenes también es relevante el desarrollo de *Youtube Data Viewer*, realizado en colaboración con Amnistía Internacional, y *Google Fact Check*, una herramienta pensada específicamente para periodistas en la que

en el buscador se pueden colocar palabras clave y ver si ya se han realizado verificaciones sobre ese tema.

En cuanto a herramientas creadas por las grandes tecnológicas, *Buzzumo* se utiliza para conocer sobre qué se está hablando en las redes, y *CrowdTangle* es utilizada para evaluar el desempeño de cierto contenido en *Facebook*. Estas herramientas permiten detectar el nivel de viralización que tiene cierto contenido, y si éste es falso o engañoso; también sirven para identificar que el resultado de la verificación de ese contenido debe ser difundido en la plataforma en la que más visibilidad ha tenido. En el caso de *Twitter*, *TweetDeck* permite filtrar información sobre temáticas que se hacen virales en la plataforma, así como ver a los usuarios que están compartiendo información al respecto y geolocalizarlos. Básicamente, la comprobación tiene que ver con ciertos hábitos de los usuarios de esa plataforma, quienes comparten imágenes y videos de casi cualquier evento de trascendencia. Si un contenido falso se hace viral en esa plataforma, *TweetDeck* permite conocer rápidamente desde dónde se está viralizando ese contenido y quiénes son los usuarios más activos.

Algunas de las experiencias de verificación permitieron a las plataformas ir diseñando sus propias aplicaciones para la tarea. Además del caso mencionado de *InVid* de AFP, está la experiencia chilena de *Cazadores de Fake News*, quienes se dedican al desmontaje (*debunking*): “*Usamos t-hoarder_kit* desarrollada por la Prof. Mariluz Congosto, para análisis de difusión en Twitter, *Infotrición* que fue desarrollada entre *Colombiacheck* y *Access Now*,

Hoaxy/Botometer/BotSlayer desarrollado por la Universidad de Indiana, Twitron desarrollada por Usuarios Digitales de Ecuador y en general, cualquier aplicación de acceso libre que podamos usar para realizar desmontajes o investigación”.

También se detectó el caso de *Chequeado* de Argentina, quienes gracias a la tecnología *Word Embedding*, que interpreta cada palabra en función de las palabras que aparecen en su contexto, crearon una *app* que analiza la similitud de un discurso en diferentes fragmentos de texto. Esto le permitió a la plataforma realizar chequeos en declaraciones públicas en vivo, en relación con verificaciones ya hechas por el equipo. En *Maldita.es* han desarrollado una extensión para navegadores (*Chrome* y *Firefox*) que permite reconocer si lo que estamos leyendo ha sido verificado por la plataforma de *fact-checking* previamente.

En su mayoría, estas plataformas de verificación aseguran utilizar herramientas amigables, de fácil uso e incluso de acceso abierto al público. Mientras que en menor medida aparecen referencias a utilizar aplicaciones que requieren licencia de uso y experiencia previa.

Análisis de las temáticas verificadas

En cuanto a las temáticas con las que lidiaron los *fact-checkers*, en el análisis de 1,795 contenidos desmentidos por estas plataformas entre febrero y septiembre de 2020, se detectó que –como es de esperar por el contexto– las temáticas vinculadas a la salud y la ciencia tomaron un alto protagonismo en la viralización de contenido falso o engañoso, con

62% de los contenidos desmentidos. Por su parte, 27% correspondieron a la etiqueta política/gobierno, y 11% a otros temas. Ello significa que el contenido de tipo político encontró una expresión significativa entre los contenidos de tipo sanitario. En ese 27% identificado, se ha visto que los verificadores debieron lidiar con verificaciones que vinculaban a actores políticos en ejercicio, pero también han tenido que verificar informaciones engañosas que los propios actores difundieron, siendo ellos mismos partícipes de la propagación de la desinformación. Algunos casos fueron el del presidente Alberto Fernández de Argentina, o el presidente Andrés Manuel López Obrador de México, quienes difundieron contenidos engañosos sobre medidas de prevención de contagio.

Discusión y conclusiones

Antes de dar cierre a este artículo, hay algunos aspectos a los que se debe aludir para dejar abierto el debate. Uno de ellos es el hecho de que la transparencia en la metodología de la verificación debe ser un punto fundamental de la información que ofrecen estas plataformas. Sin embargo, en el análisis de contenido se detectaron iniciativas que no informan cómo realizan sus verificaciones, así como tampoco dejan en claro qué tipo de información verifican y por qué dejan afuera del proceso a otras. Este último punto podría ser otra debilidad de estas organizaciones, ya que como sugieren Ceci & Williams (2020) las tendencias políticas de cada *fact-*

checker pueden generar influencia en su percepción sobre si la información es o no verificable, o incluso, si es o no acorde a la verdad, dependiendo de sus creencias sociopolíticas previas.

En este punto cabe destacar entonces la importancia de otra herramienta fundamental para combatir los fenómenos de desinformación: la alfabetización mediática. Esto es un esfuerzo educativo entre instituciones para colaborar con la ciudadanía en el reconocimiento de la desinformación (Amorós, 2018; Portugal & Aguaded, 2020). Claramente, este esfuerzo pedagógico lleva tiempo, recursos humanos y dinero, y es una colaboración adicional para que la ciudadanía pueda tener más armas para saber cómo desenmascarar una información falsa. Como indican McDougall et al. (2019), es necesario un abordaje estratégico y coordinado para desarrollar estas iniciativas de enseñanza. Asimismo, es destacable reconocer el hecho de que la desinformación además de tener fuertes implicaciones políticas –como se ha mencionado al inicio de este artículo– también tiene una faceta económica fundamental. Cuantos más *clicks* obtenga un contenido en la web, más dinero por publicidad podría ganar quien gestiona ese contenido: “El modelo básico de plataformas digitales como *Facebook* y herramientas de búsqueda como *Google* dependen de ello [*clickbait*]. Por tanto, hay que entender el fenómeno de las noticias falsas en relación con el ámbito más amplio de la economía política de Internet” (Buckingham, 2019, p. 223).

Un reciente estudio, cuyos resultados fueron publicados en el *New York Times*, avala el

crecimiento de esa *industria*. En él, Fisher (2021) indica que, durante la pandemia, una empresa de relaciones públicas buscó a *influencers* para que hicieran eco de una campaña para desprestigiar a la vacuna contra la COVID-19 de Pfizer-BionTech: “Hay firmas privadas, las cuales eluden la mercadotecnia tradicional y el mundo oscuro de las operaciones de influencia geopolítica, que están vendiendo servicios que alguna vez realizaron principalmente las agencias de inteligencia” (Fisher, 2021, párr. 4).

Como se ha mencionado, cabe destacar que 75% de las plataformas de verificación analizadas indican que realizan actividades de concientización sobre la problemática de las *fake news* y organizan talleres abiertos a la comunidad donde se insertan para que la ciudadanía tenga acceso a herramientas digitales de detección de informaciones falsas. Es decir que desde su rol, también impactan positivamente en la colaboración en la alfabetización mediática.

La enorme complejidad que reviste a los fenómenos de desinformación deja en claro que se necesitan esfuerzos mancomunados desde la acción de los gobiernos, del tercer sector y de la ciudadanía en su conjunto, para poder dar batalla a este problema que sigue encontrando expresión, tanto en el ámbito *online* como *offline*. En este punto, coincidimos con Buckingham (2021) cuando asevera que “no se trata simplemente de identificar las noticias falsas sino de identificar los distintos tipos de sesgos que aparecen en todas las fuentes de información en general” (p. 227).

Finalmente, los resultados indican que, entre las regiones hispanoparlantes, es Sudamérica desde donde se realizan mayores esfuerzos por generar redes de verificación para combatir las noticias falsas; desde esta región han surgido veinticinco organizaciones en los últimos cuatro años dedicadas a la verificación de información. Chile es el país que cuenta con la mayor cantidad de iniciativas activas, con un mapa de plataformas heterogéneo, ya que sus promotores son diversos (universidades, redes de periodistas, ONGs o medios tradicionales).

Los medios independientes que se dedican a la verificación son los que se encuentran más consolidados en el ámbito del *fact-checking*, ya que cuatro de estos medios ostentan el sello de calidad IFCN. España se consolida con las organizaciones que provienen de iniciativas privadas, aunque declaradas como independientes. La presencia del rol del Estado se canaliza a partir de la inauguración de unidades de chequeo de información en las agencias de noticias. El informe del *Duke Reporters' LAB* señala dos casos: los de AFP de Francia y EFE de España; sin embargo, están en construcción otras iniciativas en agencias de otros países, como es el caso de la agencia mexicana y la agencia argentina de noticias.

En el contexto de pandemia, el tipo de información desmentida está vinculada a cuestiones sanitarias, no obstante, la presencia de contenido político también es significativa, lo cual ratifica la importancia del trabajo de los chequeadores de información para el ejercicio de la democracia. Estos resultados coinciden con lo hallado por otros estudios sobre las temáticas desmentidas por las plataformas

de verificación durante la pandemia (Salaverría et al., 2020; Quintana-Pujalte & Pannunzio, 2021).

Es evidente que la complejidad de los fenómenos de desinformación en el contexto digital es cada vez mayor, y el aporte de las nuevas tecnologías es útil también para combatir su viralización. Uno de los puntos más interesantes que ofrecen las herramientas utilizadas por los verificadores es que muchas son accesibles para el público en general. También es evidente que estas iniciativas de búsqueda y control de contenidos falsos se dan en estos canales digitales porque es donde en la actualidad surgen muchos de los contenidos con los que los *fact-checkers* deben lidiar diariamente. La consolidación de las herramientas digitales para la lucha contra la desinformación puede ser un camino óptimo para mejorar las prácticas de curaduría de las informaciones y fortalecer también la alfabetización mediática de la ciudadanía.

Entre otros datos relevantes que dejaron las respuestas de la encuesta está el hecho de cómo las plataformas de verificación acceden a los contenidos. La voz de alarma la da la ciudadanía, quienes, en muchas ocasiones, buscan contactar a las plataformas de verificación para acercar un contenido que les suena engañoso. Este dato es fundamental para comprender la manera en que estas plataformas pueden vincularse con sus públicos, colaborando una vez más en la alfabetización mediática, a la vez que consolidan su presencia en el espacio público.

Tanto la revisión de la literatura realizada para este estudio como los aportes que se ofrecen, dejan claro que la investigación respecto a los

fenómenos de desinformación y su vínculo con la estabilidad democrática son aspectos que generan enorme interés en el contexto actual. En tanto líneas de investigación a futuro sería fundamental abrir debates sobre la importancia de posicionar el *fact-checking* en el ámbito hispanoparlante, ya sea a través de una mayor inclusión en programas de estudio universitarios, o desde el establecimiento de espacios dedicados a la verificación en medios masivos de comunicación. Ello también será un aporte a la alfabetización mediática en distintas generaciones. En coincidencia con García-Orosa (2021), se entiende que hay varios retos a los que habrá que enfrentarse a futuro, entre ellos, afinar la investigación sobre estos procesos para generar un marco conceptual sólido desde dónde indagar sobre la desinformación, así como reflexionar

colectivamente sobre las posibles regulaciones en esta materia, sin que estos controles afecten la praxis política en democracia.

El trabajo cada vez más estricto y transparente de las plataformas de verificación, así como del control de las organizaciones internacionales que validan su trabajo, propiciará que la ciudadanía obtenga variadas herramientas para desenmascarar la información falsa o manipulada. Con esfuerzo y constancia, se avanzará en el enfrentamiento a los contenidos con sentido crítico, para desmontar así las campañas que se sostienen sobre la lógica de la mentira, el engaño y la perturbación. A la vez se defenderá la libertad de expresión y el derecho ciudadano al acceso a información fiable, en aras de fortalecer la siempre amenazada estabilidad democrática.

Referencias bibliográficas

- America (2021, November 18). Facebook is threatening the common good. <https://bit.ly/3Hrды1T>
- Amorós, M. (2018). *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.
- Aruguete, N. (2021). Activación de encuadres en red. Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático. *Profesional de la Información*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.18>
- BBC (2019). Cambridge Analytica: la multa récord que deberá pagar Facebook por la forma en que manejó los datos de 87 millones de usuarios. <https://bbc.in/2SVatOx>
- Becerra, M. & Waisbord, S. (2020). La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital. Desarrollo económico. *Revista de Ciencias Sociales*, 60(232), 295-313. <https://bit.ly/3bgOajo>
- Bessi, A., & Ferrara, E. (2016) Social bots distort the 2016 US Presidential election online discussion. *First Monday*, 21(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>
- Buckingham, D. (2019). Teaching media in a ‘post-truth’ age: fake news, media bias and the challenge for media/digital literacy education / La enseñanza mediática en la era de la posverdad: fake news, sesgo mediático y el reto para la educación en materia de alfabetización mediática y digital, *Cultura y Educación / Culture and Education*, 31(2), 213–231. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603814>

- Cardenal, A., Aguilar-Paredes, C., Cristancho, C., & Majó-Vázquez, S. (2019). Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain. *European Journal of Communication*, 34(4), 360-376. <https://doi.org/10.1177/0267323119844409>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29(2), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Ceci, S., & Williams, W. (2020, October 25). *The Psychology of Fact-Checking. Fact-checkers aim to get closer to the truth, but their biases can shroud the very truth they seek*. Scientific American. <https://bit.ly/3BLDBwB>
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Dahl, R. (2006). *On political equality*. Yale University Press.
- Duke Reporters' LAB (2021). *Fact-checking News*. <https://bit.ly/2pGeloQ>
- Edelman (2021). *21st Annual Edelman Trust Barometer 2021*. <https://bit.ly/3jdNtJ8>
- Fabry, M. (2017, August 24). *Here's How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs Before the Internet*. TIME. <https://bit.ly/3zWA4hA>
- Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, (269), 66-77. <https://bit.ly/3zWodzJ>
- Ferrara, E. (2018). Measuring Social Spam and the Effect of Bots on Information Diffusion in Social Media. In S. Lehmann, & Y. Ahn (Eds.), *Complex Spreading Phenomena in Social Systems. Influence and Contagion in Real-World Social Networks* (pp. 229-255). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77332-2_13
- Fisher, M. (2021, July 27). La desinformación por contrato es una industria oscura que avanza en silencio. *Ojo Público*. <https://bit.ly/3QDyXZY>
- Frost, C. (2020). The power of voice: bots, democracy and the problem of political ventriloquism. *Journal of political power*, 13(1), 6-21. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2019.1701831>
- Gaber, I., & Fisher, C. (2021). Strategic Lying: The Case of Brexit and the 2019 U.K. Election. *International Journal of Press/Politics*, 27(2), 460-477. <https://doi.org/10.1177/1940161221994100>
- García-Orosa, B. (2021). Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy. *Profesional de la Información*, 30(6), e300603. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- Goodwin, J. (2021, January 17). Gab: Everything you need to know about the fast-growing, controversial social network. *CNN Business*. <https://cnn.it/3QHLPbs>
- Graves, L., Brendan, N., & Reifler, J. (2015). *The Diffusion of Fact-checking. Understanding the growth of a journalistic innovation*. American Press Institute.
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True*. Columbia University Press.

- Howard, P. N., & Kollanyi, B. (2016). Bots, #StrongerIn, and #Brexit: computational propaganda during the UK-EU Referendum. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2798311>
- Howard, P. N., Woolley, S., & Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: the challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(2), 81-93. <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1448735>
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual review of political science*, 22, 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Kitzie, V. L., Mohammadi, E., & Karami, A. (2018). Life never matters in the democrats mind: examining strategies of retweeted social bots during a mass shooting event. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 55(1), 254-263. <https://doi.org/10.1002/pr2.2018.14505501028>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and What the Public Should Expect* (3rd edition). Penguin Random House.
- Ley No. 2018-1202 (2018, December 22). *Lutte contre la manipulation de l'information*. <https://bit.ly/3Ov8ax5>
- Lomas, N. (2018, February 18). Fake news is an existential crisis for social media. *Techcrunch*. <https://tcrn.ch/2o6nPZZ>
- Lotito, Q. F., Zanella, D., & Casari, P. (2021). Realistic Aspects of Simulation Models for Fake News Epidemics over Social Networks. *Future Internet*, 13(3). <https://doi.org/10.3390/fi13030076>
- McDougall, J. et al. (2019) Digital literacy, fake news and education. *Cultura y Educación*, 31(2), 203-212. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603632>
- Monsees, L. (2021). Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations*. <https://doi.org/10.1080/14747731.2021.1927470>
- Newman N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021* (10th edition). Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/3sHLu2U>
- Orden PCM/1030/2020 (2020, October 30). Procedimiento de actuación contra la desinformación aprobado por el Consejo de Seguridad Nacional. BOE número 292. <https://bit.ly/3xOgG3y>
- Organización Mundial de la Salud [OMS], Naciones Unidas [ONU], Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF], Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA [ONUSIDA], Unión Internacional de Telecomunicaciones [UIT], iniciativa Pulso Mundial de las Naciones Unidas, y Federación Internacional Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020, September 23). *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover*

comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa.

Organización Mundial de la Salud. <https://bit.ly/3mlTx4p>

Our World in Data (2022, April 25). *Coronavirus (COVID-19) Vaccinations*. <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>

Orús, A. (2022, April 21). Tasa de vacunación contra la COVID-19 a nivel mundial por región en 2022. *Statista*. <https://bit.ly/3xKuewQ>

Oxford English Dictionary (2016). *Word of the Year 2016*. <https://bit.ly/3QAFK6N>

Portugal, R., & Aguaded, I. (2020). Competencias mediáticas y digitales, frente a la desinformación e infoxicación. *Razón & Palabra*, 24(108), 5-36. <https://doi.org/10.26807/rp.v24i108.1658>

Quintana-Pujalte, L., & Almansa, A. (2021). Intereses que movilizan a la comunidad digital de change.org: más allá de lo político. *Global Media Journal México*, 18(34), 111-136. <https://doi.org/10.29105/gmjmx18.34-6>

Quintana-Pujalte, L., & Pannunzio, M. F. (2021). Fact-checking en Latinoamérica. Tipología de contenidos virales desmentidos durante la pandemia del coronavirus. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 27-46. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e178>

Repucci, S., & Slipowitz, A. (2020). Democracy under lockdown. The Impact of COVID-19 on the Global Struggle for Freedom. *Freedom House*. <https://bit.ly/3QEwhuW>

Rodríguez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>

Rúas-Araújo, J., Pérez-Curiel, C., & López-López, P.C. (2020). New challenges and threats for journalism in the post-truth era. Fact-checking and the Fake News Combat. In C. Toural-Bran, A. Vizoso, S. Pérez-Seijo, M. Rodríguez-Castro, & M. C. Negreira-Rey (Eds.), *Information Visualization in The Era of Innovative Journalism* (pp. 154-160). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367809638-11>

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Stella, M., Ferrara, E., & De Domenico, M. (2018). Bots increase exposure to negative and inflammatory content in online social systems. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* (PNAS), 115(49), 12435–12440. <https://doi.org/10.1073/pnas.1803470115>

Tardáguila, C. (2021, August 12). *Desinformación for export: cómo contenidos falsos generados en los Estados Unidos llegan a América Latina*. Chequeado. <https://bit.ly/3zdP3iZ>

Tsipursky, G., Votta, F., & Roose, K. (2018). Fighting fake news and post-truth politics with behavioral science: The Pro-Truth Pledge. *Behavior and Social Issues*, 27, 47-70. <https://doi.org/10.5210/bsi.v27i0.9127>

Twitter (2021, December). *COVID-19 misleading information policy*. <https://bit.ly/3tThkLQ>

- Ufarte-Ruiz, M. J., Anzera, G., & Murcia-Verdú, F. J. (2020). Plataformas independientes de fact-checking en España e Italia. Características, organización y método. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 23-39. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.3>
- Vizoso, A., & Vázquez-Herrero, J. (2019). Fact-checking platforms in Spanish. Features, organisation and method. *Communication & Society*, 32(1), 127-144. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.127-144>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C. (2019). First Draft's Essential Guide to Understanding Information Disorder. *First draft*. <https://bit.ly/3amjOvW>
- Zhao, Z., Zhao, J., Sano, Y., Levy, O., Takayasu, H., Takayasu, M., Li, D., Wu, J., & Havlin, S. (2020). Fake news propagates differently from real news even at early stages of spreading. *EPJ Data Science*, 9(7). <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-020-00224-z>

Notas

¹ Polonia celebró elecciones presidenciales durante la crisis por coronavirus. El gobierno reprogramó los comicios establecidos para mayo 2020, a julio 2020, sin antes decretar un estado de emergencia, único recurso avalado por la Constitución que le permitiría modificar la fecha electoral. A pesar de que el país no declaró ese estado excepcional, muchos derechos fundamentales como la libertad de reunión y el acceso a la información estaban limitados durante las elecciones. El presidente Duda, representante del partido de ultraderecha Ley y Justicia (PiS) fue reelecto para un segundo mandato en una campaña en la que atacó principalmente a los colectivos LGTBI+ acusándolos de ir contra los valores cristianos y tratándolos de pedófilos. Además, propuso controlar a las organizaciones de la sociedad civil que reciban fondos del exterior, entre otras acciones restrictivas de la disidencia en el espacio público, según la Helsinki Foundation for Human Rights (HFHR) Poland, la organización de defensa de los derechos humanos más antigua de Polonia.