

Volumen 6 - Número 4 Especial  
Octubre/Diciembre 2019

# REVISTA INCLUSIONES

REVISTA DE HUMANIDADES  
Y CIENCIAS SOCIALES

ISSN 0719-4705

IV Congreso Internacional

# COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO

Comunicación emergente

Editora:

Dra. Rosalba Mancinas Chávez  
Universidad de Sevilla, España

EDITORIAL CUADERNOS DE SOFÍA

**CUERPO DIRECTIVO**

**Directores**

**Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda**

Universidad Católica de Temuco, Chile

**Dr. Francisco Ganga Contreras**

Universidad de Los Lagos, Chile

**Subdirectores**

**Mg © Carolina Cabezas Cáceres**

Universidad de Las Américas, Chile

**Dr. Andrea Mutolo**

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

**Editor**

**Drdo. Juan Guillermo Estay Sepúlveda**

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

**Editor Científico**

**Dr. Luiz Alberto David Araujo**

Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

**Editor Brasil**

**Drdo. Maicon Herverton Lino Ferreira da Silva**

Universidade da Pernambuco, Brasil

**Editor Ruropa del Este**

**Dr. Alekzandar Ivanov Katrandhiev**

Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

**Cuerpo Asistente**

**Traductora: Inglés**

**Lic. Pauline Corthorn Escudero**

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

**Traductora: Portugués**

**Lic. Elaine Cristina Pereira Menegón**

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

**Portada**

**Sr. Felipe Maximiliano Estay Guerrero**

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

**COMITÉ EDITORIAL**

**Dra. Carolina Aroca Toloza**

Universidad de Chile, Chile

**Dr. Jaime Bassa Mercado**

Universidad de Valparaíso, Chile

**Dra. Heloísa Bellotto**

Universidad de Sao Paulo, Brasil

**Dra. Nidia Burgos**

Universidad Nacional del Sur, Argentina

**Mg. María Eugenia Campos**

Universidad Nacional Autónoma de México, México

**Dr. Francisco José Francisco Carrera**

Universidad de Valladolid, España

**Mg. Keri González**

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

**Dr. Pablo Guadarrama González**

Universidad Central de Las Villas, Cuba

**Mg. Amelia Herrera Lavanchy**

Universidad de La Serena, Chile

**Mg. Cecilia Jofré Muñoz**

Universidad San Sebastián, Chile

**Mg. Mario Lagomarsino Montoya**

Universidad Adventista de Chile, Chile

**Dr. Claudio Llanos Reyes**

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

**Dr. Werner Mackenbach**

Universidad de Potsdam, Alemania

Universidad de Costa Rica, Costa Rica

**Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín**

Universidad de Santander, Colombia

**Ph. D. Natalia Milanesio**

Universidad de Houston, Estados Unidos

**Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer**

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

**Ph. D. Maritza Montero**

Universidad Central de Venezuela, Venezuela

**Dra. Eleonora Pencheva**

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

**Dra. Rosa María Regueiro Ferreira**

Universidad de La Coruña, España

**Mg. David Ruete Zúñiga**

Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

**Dr. Andrés Saavedra Barahona**

Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

**Dr. Efraín Sánchez Cabra**  
*Academia Colombiana de Historia, Colombia*

**Dra. Mirka Seitz**  
*Universidad del Salvador, Argentina*

**Ph. D. Stefan Todorov Kapralov**  
*South West University, Bulgaria*

**COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL**

**Comité Científico Internacional de Honor**

**Dr. Adolfo A. Abadía**  
*Universidad ICESI, Colombia*

**Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas**  
*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Dr. Martino Contu**  
*Universidad de Sassari, Italia*

**Dr. Luiz Alberto David Araujo**  
*Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil*

**Dra. Patricia Brogna**  
*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Dr. Horacio Capel Sáez**  
*Universidad de Barcelona, España*

**Dr. Javier Carreón Guillén**  
*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Dr. Lancelot Cowie**  
*Universidad West Indies, Trinidad y Tobago*

**Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar**  
*Universidad de Los Andes, Chile*

**Dr. Rodolfo Cruz Vadillo**  
*Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México*

**Dr. Adolfo Omar Cueto**  
*Universidad Nacional de Cuyo, Argentina*

**Dr. Miguel Ángel de Marco**  
*Universidad de Buenos Aires, Argentina*

**Dra. Emma de Ramón Acevedo**  
*Universidad de Chile, Chile*

**Dr. Gerardo Echeita Sarrionandia**  
*Universidad Autónoma de Madrid, España*

**Dr. Antonio Hermosa Andújar**  
*Universidad de Sevilla, España*

**Dra. Patricia Galeana**  
*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Dra. Manuela Garau**  
*Centro Studi Sea, Italia*

**Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg**  
*Scuola Normale Superiore de Pisa, Italia*  
*Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos*

**Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez**  
*Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia*

**José Manuel González Freire**  
*Universidad de Colima, México*

**Dra. Antonia Heredia Herrera**  
*Universidad Internacional de Andalucía, España*

**Dr. Eduardo Gomes Onofre**  
*Universidade Estadual da Paraíba, Brasil*

**Dr. Miguel León-Portilla**  
*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Dr. Miguel Ángel Mateo Saura**  
*Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España*

**Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros**  
*Diálogos em MERCOSUR, Brasil*

**+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández**  
*Universidad del Zulia, Venezuela*

**Dr. Oscar Ortega Arango**  
*Universidad Autónoma de Yucatán, México*

**Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut**  
*Universidad Santiago de Compostela, España*

**Dr. José Sergio Puig Espinosa**  
*Dilemas Contemporáneos, México*

**Dra. Francesca Randazzo**  
*Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras*

**Dra. Yolando Ricardo**

*Universidad de La Habana, Cuba*

**Dr. Manuel Alves da Rocha**

*Universidade Católica de Angola Angola*

**Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza**

*Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica*

**Dr. Miguel Rojas Mix**

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades  
Estatales América Latina y el Caribe*

**Dr. Luis Alberto Romero**

*CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina*

**Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig**

*Dilemas Contemporáneos, México*

**Dr. Adalberto Santana Hernández**

*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Dr. Juan Antonio Seda**

*Universidad de Buenos Aires, Argentina*

**Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva**

*Universidad de Sao Paulo, Brasil*

**Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso**

*Universidad de Salamanca, España*

**Dr. Josep Vives Rego**

*Universidad de Barcelona, España*

**Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni**

*Universidad de Buenos Aires, Argentina*

**Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo**

*Universidad Nacional Autónoma de México, México*

**Comité Científico Internacional**

**Mg. Paola Aceituno**

*Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile*

**Ph. D. María José Aguilar Idañez**

*Universidad Castilla-La Mancha, España*

**Dra. Elian Araujo**

*Universidad de Mackenzie, Brasil*

**Mg. Romyana Atanasova Popova**

*Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria*

**Dra. Ana Bénard da Costa**

*Instituto Universitario de Lisboa, Portugal*

*Centro de Estudos Africanos, Portugal*

**Dra. Alina Bestard Revilla**

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el  
Deporte, Cuba*

**Dra. Noemí Brenta**

*Universidad de Buenos Aires, Argentina*

**Dra. Rosario Castro López**

*Universidad de Córdoba, España*

**Ph. D. Juan R. Coca**

*Universidad de Valladolid, España*

**Dr. Antonio Colomer Vialdel**

*Universidad Politécnica de Valencia, España*

**Dr. Christian Daniel Cwik**

*Universidad de Colonia, Alemania*

**Dr. Eric de Léséulec**

*INS HEA, Francia*

**Dr. Andrés Di Masso Tarditti**

*Universidad de Barcelona, España*

**Ph. D. Mauricio Dimant**

*Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel*

**Dr. Jorge Enrique Elías Caro**

*Universidad de Magdalena, Colombia*

**Dra. Claudia Lorena Fonseca**

*Universidad Federal de Pelotas, Brasil*

**Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo**

*Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú*

**Dra. Carmen González y González de Mesa**

*Universidad de Oviedo, España*

**Ph. D. Valentin Kitanov**

*Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria*

**Mg. Luis Oporto Ordóñez**

*Universidad Mayor San Andrés, Bolivia*

**Dr. Patricio Quiroga**

*Universidad de Valparaíso, Chile*

# REVISTA INCLUSIONES

REVISTA DE HUMANIDADES  
Y CIENCIAS SOCIALES

**Dr. Gino Ríos Patio**

*Universidad de San Martín de Porres, Per*

**Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta**

*Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México*

**Dra. Vivian Romeu**

*Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México*

**Dra. María Laura Salinas**

*Universidad Nacional del Nordeste, Argentina*

**Dr. Stefano Santasilia**

*Universidad della Calabria, Italia*

**Mg. Silvia Laura Vargas López**

*Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México*

## CUADERNOS DE SOFÍA EDITORIAL

**Dra. Jaqueline Vassallo**

*Universidad Nacional de Córdoba, Argentina*

**Dr. Evandro Viera Ouriques**

*Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil*

**Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez**

*Universidad de Jaén, España*

**Dra. Maja Zawierzeniec**

*Universidad Wszechnica Polska, Polonia*

Editorial Cuadernos de Sofía

Santiago – Chile

Representante Legal

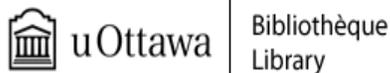
Juan Guillermo Estay Sepúlveda Editorial

## Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:



CATÁLOGO



Vancouver Public Library





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

**ANÁLISIS DE LAS INICIATIVAS FACT-CHECKING EN ESPAÑA**

**ANALYSIS OF THE FACT-CHECKING INITIATIVES IN SPAIN**

**Dra. María Luisa Cárdenas Rica**  
Centro Universitario San Isidoro, España  
mlcardenas@centrosanisidoro.es

**Fecha de Recepción:** 25 de mayo de 2019 – **Fecha Revisión:** 01 de julio de 2019

**Fecha de Aceptación:** 21 de agosto de 2019 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2019

**Resumen**

La proliferación de *fake news* ha generado un movimiento social, y tanto las instituciones como los medios de comunicación se han agregado a la persecución de estos contenidos. Entre las acciones emprendidas se encuentran los proyectos destinados al *fact-checking*, consistentes en revisar y comprobar declaraciones o datos, certificando la veracidad de las cifras y los contenidos expresados. España también se ha armado contra las *fake news*, distintos medios de comunicación y plataformas se han unido a las iniciativas que han proliferado en los cinco continentes. En esta investigación se seleccionarán las más relevantes, las recogidas por el *Reporters' Lab* de la Duke University, un espacio web actualizado en el que a través de un mapa sitúa geográficamente las iniciativas de *fact-checking* existentes en el mundo. El criterio de selección empleado para la delimitación de la muestra han sido los medios o proyectos de verificación activos en España, un total de cuatro: "El Objetivo", *Maldita.es*, "La Chistera" (*El Confidencia*) y *Polétika*. Se procederá al estudio de caso, para lo que se recurrirá a una ficha de análisis en la que se observarán los siguientes aspectos: fundación, profesionales, soporte, financiación, responsables de la verificación, temáticas, selección de la información, fuentes utilizadas y método empleado en la verificación. El objetivo es investigar las gestiones que han emprendido estas plataformas para frenar a las *fake news*, con la intención de conocer su proceder y su eficacia. Actuaciones diferenciadas por las estrategias empleadas pero que coinciden en su fin, alertar a la población y destapar y acabar con la desinformación.

**Palabras Claves**

Fake news – *Fact-checking* – Verificación – Posverdad – Periodismo

**Abstract**

The proliferation of *fake news* has generated a social movement, and both institutions and the media have been added to the pursuit of these contents. Among the actions undertaken are projects aimed at *fact-checking*, consisting of reviewing and checking statements or data, certifying the veracity of the figures and the contents expressed. Spain has also armed itself against the *fake news*, different media and platforms have joined the initiatives that have proliferated in the five

continents. In this research, the most relevant will be selected, those collected by the Reporters' Lab of Duke University, an updated web space in which, through a map, it geographically locates the fact-checking initiatives existing in the world. The selection criteria used for the delimitation of the sample were the means or verification projects active in Spain, a total of four: "El Objetivo", Maldita.es, "La Chistera" (El Confidencia) and Polétika. The case study will be carried out, for which an analysis sheet will be used in which the following aspects will be observed: foundation, professionals, support, financing, responsible for verification, thematic, selection of information, sources used and method used in the verification. The objective is to investigate the efforts that these platforms have undertaken to stop the fake news, with the intention of knowing its procedure and its effectiveness. Actions differentiated by the strategies used which coincide in their purpose, alerting the population and uncovering and ending disinformation.

### **Keywords**

Fake news – Fact-checking – Verification – Post-truth – Journalism

### **Para Citar este Artículo:**

Cárdenas Rica, María Luisa. Análisis de las iniciativas fact-checking en España. Revista Inclusiones Vol: 6 num Especial (2019): 62-82.

## Origen y evolución de las plataformas Fact Checking

En 1991, el periodista estadounidense Brooks Jackson recibió la tarea de su jefe, de la oficina de CNN en Washington, de verificar si era verdad lo que los candidatos a la presidencia de Estados Unidos decían en televisión. Optaban a la presidencia George Bush (padre), quien pretendía acceder a la reelección por el Partido Republicano, enfrentándose al demócrata Bill Clinton. A raíz de este encargo, Jackson formó el "Ad Police", el primer equipo periodístico especializado en chequear la propaganda electoral del que se tiene noticia. Y en 2003, estimulado por el éxito del trabajo en CNN, creó la FactCheck.org, lo hizo con la ayuda de la Universidad de Pensilvania y el Centro de Política Pública Annenberg<sup>1</sup>.

Otra de las primeras plataformas fue Spinsanity (EEUU, abril de 2001), fundada por Ben Fritz, Bryan Keefer y Brendan Nyhan<sup>2</sup>, tres graduados universitarios que se mostraron angustiados por la situación política estadounidense. La intención era no ser partidistas, se dedicaron a desentrañar afirmaciones engañosas de políticos, expertos y la prensa. Analizaron las declaraciones deshonestas de los políticos de todas las tendencias ideológicas y los mitos difundidos por los medios de comunicación, todo ello comenzó a llamar la atención de un público numeroso e influyente, incluidos periodistas, que utilizaron los contenidos arrojados como un recurso<sup>3</sup>.

Los grandes medios también apoyaron la verificación en EEUU, así lo hizo Washington Post con The Fact Checker y Tampa Bay Times con PolitiFact (2007), su editora defienden que sus “principios fundamentales son la independencia, la transparencia, la imparcialidad, la información exhaustiva y la redacción clara”. Y su razón de ser “es darles a los ciudadanos la información que necesitan para gobernarse a sí mismos en una democracia”<sup>4</sup>.

Latinoamérica se adhiere a estas iniciativas con la Agencia Lupa de Brasil (2015), Colombia Check (2015), UY Check en Uruguay (2014), Ojo Público en Perú (2014), Plaza Pública en Guatemala (2011), Semanario Universidad en Costa Rica (2018), La Silla Vacía en Colombia (2014) o el pionero Chequeado de Argentina (2010)<sup>5</sup>.

Mientras que en África está la plataforma Áfricacheck ([www.africacheck.org](http://www.africacheck.org)), es una organización no partidista que promueve la precisión y la honestidad en el debate público y en los medios de comunicación en África<sup>6</sup>.

En Europa los medios representativos se encuentra en Francia con los periódicos Libération y Le Monde, con las secciones Désintox (2008) y Les Décodeurs (2009)

<sup>1</sup> LUPA, “¿Pero de dónde viene el fact-checking?” (2015), <https://bit.ly/2lillfk> (fecha de consulta 20-11-2018).

<sup>2</sup> B. Fritz, B. Keefer & B. Nyhan, All the President's Spin: George W. Bush, the Media, and the Truth (New York: Touchstone, 2004).

<sup>3</sup> Spinsanity. 2004, <http://www.spinsanity.org/about/> (fecha de consulta 20-2-2019).

<sup>4</sup> A. Drobnic Holan, “Los principios de Truth-O-Meter: la metodología de PolitiFact para la verificación independiente de los hechos”, PolitiFact. 2018 <https://bit.ly/2Ognklf> (fecha de consulta 20-1-2019).

<sup>5</sup> B. Echevarría, “Potenciar la verificación sistemática de datos. Más ‘fact-checking’ contra la posverdad”, Cuaderno de periodista, num 33 (2017): 9-16 <https://bit.ly/2OU7a80> (fecha de consulta 20-10-2018).

<sup>6</sup> Áfricacheck <https://bit.ly/2YZEJdJ> (fecha de consulta 20-12-2018).

respectivamente; mientras en Alemania Der Spiegel introdujo estas prácticas en 2012<sup>7</sup>. También se suma el canal británico Channel 4, que lanzó en 2005 un blog para hacer un seguimiento de las elecciones parlamentarias, que fue el origen del espacio Fact Check.

En España, en 2006, se pone en marcha *Miniver.org* y en 2017 se suma a la verificación de información, plataforma especializada en noticias falsas publicadas por los medios de comunicación<sup>8</sup>. También está "El Objetivo" de *laSexta* y sus espacios "Pruebas de verificación" (expertos en política) (2017) y "Maldita hemeroteca (2013)". Otro proyecto de análisis político es *Polétika* (2015), de la mano de un grupo de organizaciones. El diario *El Confidencial* cuenta con el blog de análisis político "La Chistera", al estilo de verificación de datos (2016). *Periodista digital* pone en marcha la plataforma Verdad o Mentira (2016), son los lectores quienes lo determinan a través de sus votos. Ese mismo año, *eldiario.es* lanza "El Cazabulos" (2016). *Maldita* creó una franquicia (maldito bulo, maldito dato, etc.), tiene presencia en Twitter y en la web *Maldita.es*, está especializada en bulos (2017). *El País* cuenta con Hechos (2017), un blog coordinado por Patricia R. Blanco que investiga y desmiente algunas de las falsedades más relevantes. También de *El País* son la web de *Verne* y *El Tragabulos* (2017), una página de Facebook donde se desmienten las noticias falsas que circulan por *WhatsApp*, *Facebook* y *Telegram*. Diario *Público* aplica la herramienta de transparencia a todos sus artículos TJ Tool (Transparent Journalism in Tool) (2018).

AÑO	NOMBRE	SOPORTE
2006	Miniver.org	Web
2013	"Maldita hemeroteca" El Objetivo laSexta	TV (sección) Web
2015	Polétika	Web
2016	"La Chistera" El Confidencial	Diario digital (blog)
2016	Verdad o Mentira Periodista digital	Diario digital (plataforma)
2016	El Cazabulos eldiario.es	Diario digital (sección)
2017	"Pruebas de verificación" El Objetivo	TV (sección) Web

<sup>7</sup> D. Palau-Sampio, "Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America", *Communication & Society* Vol: 31 num 3 (2018): 347-363 (fecha de consulta 20-1-2019).

<sup>8</sup> M<sup>a</sup> J. Ufarte y Fco. J. Murcia, "El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo. Estudio de caso de Miniver", *Miguel Hernández Communication Journal* Vol: 9 num 2 (2018): 511-534 DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.267> (fecha de consulta 5-11-2018).

	laSexta	
2017	Maldita.es (maldito bulo, maldito dato, etc.)	Web Redes sociales
2017	El Tragabulos La web de Verne El País	Diario digital (Facebook)
2017	El País Hechos	Diario digital (Blog)
2018	Diario Público	Diario digital (Herramienta de verificación)

Tabla 1  
Año de fundación, nombre y soporte  
Fuente: elaboración propia

En total, en el mundo, existen 160 puntos activos y 67 inactivos (febrero de 2019), pertenecen a sitios web y organizaciones dedicadas al *fact-checking*, según se recoge en la página de Duke Reporters' Lab. Este portal está elaborado por el Laboratorio de Reporteros, un centro para la investigación del periodismo en la Escuela de Políticas Públicas de Sanford en la Universidad de Duke. Sus proyectos centrales se centran en la verificación de datos<sup>9</sup>.

Otra plataforma interesante es International *Fact-Checking* Network IFCN (2016) que tiene como objetivo principal promover la excelencia en la verificación de los hechos. Esta entidad estima que la confirmación de acontecimientos no partidista y transparente es un poderoso instrumento del periodismo, porque aportar informaciones no contrastadas o tendenciosas puede "aumentar la desconfianza en los medios y los expertos, al tiempo que contamina la comprensión pública". El código de principios fue lanzado el 15 de septiembre de 2016 y, el 17 de enero de 2017, el IFCN introdujo el proceso de solicitud y verificación. Los signatarios verificados son evaluados por expertos en periodismo independiente, atendiendo a la base del cumplimiento de los principios de aplicación. El código de principios ha sido elaborado tras consultar a inspectores de datos de todo el mundo, dando lugar a diferentes compromisos (IFCN, 2016). En total cuenta con 35 países verificados de los cinco continentes (febrero, 2019): Europa (20 países), Asia (6), América (5), África (3) y Oceanía (1). Los miembros de la junta son Angie Holan (PolitiFact), Clara Jiménez Cruz (Maldito Buló), Glenn Kessler (The Washington Post Fact Checker), Govindraj Ethiraj (FactChecker.in), Laura Zommer (Chequeado), Peter Cunliffe-Jones (Africa Check).

CONTINENTE	Nº PAÍSES VERIFICADOS
Europa	20
Asia	6
América	5

<sup>9</sup> Duke Reporters' Lab, <https://reporterslab.org/fact-checking/> (fecha de consulta 8-11-2018).

África	3
Oceanía	1

Tabla 2  
Continentes y número de países verificados (IFCN)  
Fuente: elaboración propia

A las acciones señaladas dedicadas a la verificación, se le suma Global Fact, una conferencia anual de International *Fact-Checking* Checking Network. Su primera sesión tuvo lugar en Londres en 2014, en la actualidad se ha convertido en “el principal punto de reunión para discutir la práctica de la verificación de hechos”<sup>10</sup>.

### Conceptos y tipología

El término en inglés *fact-checking* tiene como traducción literal “chequeo de hechos”, pero se emplea habitualmente como “verificación de hechos” o “verificación de datos”. Sin embargo, como expresa en su web Miniver.org, la expresión “verificación de hechos” no parece la más adecuada, y resulta paradójica ya que cuando se habla de un ‘hecho’ nos referimos a algo que ha sucedido o se ha consumado. “La definición de ‘fact’ en inglés da a entender el hecho como lo opuesto a la interpretación. Así que no tiene sentido verificar algo que ha tenido lugar, aunque sí sería correcto hablar de “verificación de afirmaciones sobre hechos””, porque aquí es donde se puede producir la mentira, en las declaraciones y en la interpretación de los acontecimientos.

La transmisión de los bulos no es ninguna novedad y para su difusión siempre han requerido de un medio que se ha ido modificando con el tiempo, debido a la evolución tecnológica. Se iniciaron con el boca a boca y posteriormente se hizo uso de otros soportes como la carta postal, email, etc. En la actualidad los contenidos son similares, y para su divulgación también requieren que sean reenviados, las redes sociales han favorecido su multiplicación por la distribución a los infinitos contactos. Tampoco la verificación es nueva, en el periodismo, la investigación es imprescindible para comprobar la autenticidad de una historia antes de su publicación<sup>11</sup>.

El fact-checking se muestra de distintos modos, clasificarlo resulta complicado por la diversidad que presenta. Palau-Sampio recoge el análisis de Graves & Cherubini, quienes ofrecen una visión general de los tipos de organizaciones involucradas en la verificación de datos en toda Europa<sup>12</sup>. Presentan dos modelos, una adscripción liderada por profesionales e incluida y asociada a los medios tradicionales (newsroom model), y otro de carácter alternativo o sin ánimo de lucro (NGO model). El primero surge en los medios de comunicación –característico de la Europa noroccidental y de USA–, tiene de positivo que dispone del soporte mediático con lo que ello conlleva y de negativo la adscripción a su línea editorial. Mientras que el segundo no recibe presiones de los medios pero sobreviven gracias a las aportaciones de fundaciones y entidades que promueven el desarrollo democrático, con una presencia importante tanto en la Europa del este como en Latinoamérica<sup>13</sup>.

<sup>10</sup> Global Fact, <https://bit.ly/2IIFxh1> (fecha de consulta 6-11-2018).

<sup>11</sup> Miniver.org <https://bit.ly/2V8Tz25> (fecha de consulta 5-11-2018).

<sup>12</sup> D. Palau-Sampio, “Fact-checking and scrutiny of power...”

<sup>13</sup> D. Palau-Sampio, “Fact-checking and scrutiny of power...”

Otra forma de clasificar el *fact-checking* es atendiendo a los contenidos que analiza<sup>14</sup>:

- Verificación de afirmaciones realizadas por políticos. Este es el más frecuente y de él se encargan todas las iniciativas de verificación. Suelen ser declaraciones de políticos realizadas en entrevistas o eventos. Hay un subtipo que consiste en la comprobación del cumplimiento de promesas electorales este se localiza en Polétika, que posteriormente se investigará.
- Verificación de historias de cultura popular. Investigan rumores, bulos y leyendas urbanas. Estas acciones se encuentran en *Maldita.es*<sup>15</sup>.
- Verificación de noticias publicadas por los medios de comunicación. Consiste en señalar errores en la redacción de las noticias, artículos inadecuadamente investigados y violaciones del código de conducta del periodismo. *Miniver.org* trabaja estas denuncias.

Estas actuaciones también dan lugar a una nueva figura, los *fact-checkers* o verificadores de la información, un perfil profesional del periodismo<sup>16</sup>, cuya misión es aclarar y poner en evidencia todas aquellas informaciones construidas de forma no adecuada o falsa. Para ello se sirven de técnicas y procedimientos de comprobación que los llevan hasta el origen de las noticias<sup>17</sup> Los fact-checkers obedecen a tres perfiles: reporteros, activistas y expertos. En una encuesta realizada por Graves & Cherubini<sup>18</sup> entre fact-checkers europeos se recogen los siguientes datos: el 60% se identifica con el rol de periodista, el 30% con el de activista y un 23% con el de experto o analista en un determinado campo.

### Proceso de evaluación

La variedad de estrategias utilizadas en el fact-checking también se presenta en el proceso de evaluación. El 81% de los verificadores de hechos activos en los EE.UU. utilizan sistemas de calificación, incluidas escalas que van desde verdaderos a falsos o dispositivos de calificación, como los "Pinocchio" del Washington Post. Ese patrón es consistente a nivel mundial, donde el 79%, usan calificaciones<sup>19</sup>.

En general, predomina la clasificación a través de iconos frente a la corrección contextual, aunque no existen evidencias de que un formato sea más efectivo que otro como método de corrección<sup>20</sup>.

<sup>14</sup> Miniver.org <https://bit.ly/2V8Tz25> (fecha de consulta 5-11-2018).

<sup>15</sup> Maldita.es <https://maldita.es/malditobulo/> (fecha de consulta 20-11-2018).

<sup>16</sup> M<sup>a</sup> L. Cárdenas y D. Polo, "Posverdad y comunicación política: infoxicación y fact-checking". En La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política, coords. R. Aparici y D. García Marín (Barcelona: Gedisa, Ed., 2019), 149.

<sup>17</sup> Á Vizoso y J. Vázquez-Herrero, "Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método", *Communication & Society* Vol: 32 num 1 (2019): 132, <https://bit.ly/2G4Qnwa> (fecha de consulta 7-11-2018).

<sup>18</sup> L. Graves & F. Cherubini, "The rise of fact-checking sites in Europe". Reuters Institute Digital News Report (2016): 12 <https://bit.ly/2U7xZqw> (fecha de consulta 15-11-2018).

<sup>19</sup> M. Stencel, "Verificación global de datos hasta 50% en el último año" (2016). <https://reporterslab.org/fact-checking/> (fecha de consulta 15-12-2018).

<sup>20</sup> D. Palau-Sampio, "Fact-checking and scrutiny of power..."

El código lanzado por la International *Fact-Checking Network* (IFCN), sirve de base a muchas de las estrategias de verificación aplicadas en todo el mundo. Para el chequeo de sus signatarios cuenta con expertos de periodismo independiente. El código de principios ha sido elaborado tras consultar a inspectores de datos de todo el mundo, dando lugar a los siguientes compromisos<sup>21</sup>:

1. No partidismo y equidad. Revisan las reclamaciones utilizando el mismo estándar para cada verificación de hechos. Siguen el mismo proceso para cada verificación de hechos y dejando que la evidencia dicte las conclusiones. No abogan ni toman posiciones políticas sobre los problemas que verifican.
2. Transparencia de fuentes. Proporciona todas las fuentes a los lectores para que puedan contrastar los hechos, excepto en los casos en que una fuente pueda verse comprometida. En tales casos, proporcionan los máximos detalles posibles.
3. Transparencia de la financiación y la organización. Son transparentes con respecto a las fuentes de financiación. Detallan los antecedentes de todas las figuras clave de la organización y explican su estructura organizacional y estado legal. Indican la manera en la que los lectores pueden contactar con ellos.
4. Transparencia de metodología. Se explica la metodología que utilizan para seleccionar, investigar, escribir, editar, publicar y el derecho de los controles de datos.
5. Correcciones abiertas y honestas. Publican las correcciones y son claramente correctos y transparentes en su política, buscando formas de asegurar que los lectores vean la versión correcta.

Siguiendo estos principios, se aporta como novedad las acciones emprendidas por Público, este diario está aplicando ocho Indicadores que puntúan la transparencia de cada una de las informaciones que difunden, con la idea de que sus lectores vuelva a confiar “en un periodismo riguroso”<sup>22</sup>. Público ha puesto en marcha la aplicación de esta nueva Herramienta de Periodismo Transparente, *TJ Tool* (sus siglas en inglés, *Transparent Journalism Tool*), que rastrea casi de forma automática ocho Indicadores de Transparencia Editorial. Se ha lanzado con la financiación de Google y la colaboración de la Universidad Autónoma de Madrid. Público es el pionero en su uso, pero tiene como finalidad que lo utilicen el resto de medios de comunicación, ante el riesgo de las *fake news* (noticias falsas). Los indicadores que siguen son los siguientes:

- Hacen pública su política editorial (15%).
- Explican por qué se escoge un asunto concreto para elaborar una información (15%).
- Explicitan el lugar de redacción de la información (10%).
- El autor, dependiendo de si firma con su nombre completo o con iniciales (10%).
- Las fuentes citadas -personas, instituciones u otros medios- (20%).
- Adjuntan documentos de apoyo (fotos, documentos, vídeos, audios) (10%).
- Se aportan documentos y enlaces de contexto (10%).
- La fecha, ya sea de la publicación o de actualización de la misma (10%).

Este sistema es fácil de aplicar y se emplea en todos los contenidos del diario. La herramienta consta de una calculadora que extrae los indicadores citados, como las fuentes, los documentos de apoyo, lugar de redacción, el redactor o el tiempo necesitado

<sup>21</sup> Fact-Checking Network IFCN (2016) <https://bit.ly/2RFT7GV> (fecha de consulta 16-12-2018).

<sup>22</sup> Público <https://www.publico.es/> (fecha de consulta 15-1-2019).

para elaborar la noticia. Cada uno de ellos tiene un rango de valor porcentual y en función de todos los elementos expresados se obtiene el valor final. Posteriormente, con estos datos, esta herramienta genera de forma inmediata un mapa interactivo disponible para los lectores. Son indicadores de transparencia aunque no de calidad. Según la codirectora de *Público*, Virginia P. Alonso, la media actual es del 75% de transparencia en el caso de este diario.

Esta herramienta se ha puesto en marcha, según Alonso, porque “en los últimos años los ciudadanos han perdido la confianza en los medios y el periodismo”. Y además, añade, que estamos en un momento en el que confluyen elementos como la desinformación, la falta de alfabetización digital y una abundancia informativa. Por eso propone como solución “que la información sea trazable y que el lector pueda seguir el camino del periodista”<sup>23</sup>.

### **Movilización mediática y alfabetización digital**

No solo los medios de comunicación y las plataformas independientes han tomado medidas frente a las noticias falsas. Google y Facebook también han respondido contra la difusión de estos contenidos. Trabajaron para localizar cuentas falsas, analizando su actividad. Además, Facebook publicó una guía instruyendo a los usuarios para identificar las noticias falsas. En ella se aconsejaba a ser escépticos con los titulares muy llamativos, mirar bien la URL de las páginas web, investigar la fuente, fijarse en si se usa un formato inusual, comprobar la evidencias mencionadas, comparar el artículo y su información con otros artículos y, finalmente, ser críticos y solo compartir las noticias fiables<sup>24</sup>. También la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información publicó “Contra la posverdad: 10 fórmulas para hacer frente a las noticias falsas”<sup>25</sup>.

Pero controlar la avalancha informativa es muy difícil. Las redes sociales propician una información que fluye a gran velocidad. ¿Cómo se puede intervenir y verificar todo lo que se difunde, cuando además los medios no siempre gozan del rigor, la independencia y la honestidad que requieren?

J. Thompson defiende que “las organizaciones mediática y sus profesionales deberían ser particularmente cuidadosos en la comprobación de la exactitud de la información y la fiabilidad de las fuentes”<sup>26</sup>. Las herramientas de verificación mostrada por el diario *Público* podrían ser la clave, e incluso se podrían perfeccionar e incluir cruce de datos de lo expresado por las fuentes. El futuro pasa por las técnicas del periodismo de datos y las herramientas tecnológicas que conllevan (el procesos de automatización y el análisis de fuentes) contribuyen a optimizar los resultados y garantizar la excelencia<sup>27</sup>. Porque los periodistas no pueden contrastar todo lo que les llega, es imposible por el flujo

<sup>23</sup> N. Tabanera, "Tenemos que hacer que la información sea trazable, que el lector siga el camino del periodista", *Público*, Huesca 14,3,2019 <https://bit.ly/2UYkKJF> (fecha de consulta 15-4-2019).

<sup>24</sup> Portaltic/EP, “Facebook introduce una herramienta para enseñar a identificar las noticias falsas”, Madrid, 22,09, 2017 <https://goo.gl/JFmovq> (fecha de consulta 15-1-2019).

<sup>25</sup> Plataforma en Defensa de la Libertad de Información, “Contra la posverdad: 10 fórmulas para hacer frente a las noticias falsas”, 21, 2,2017 <https://goo.gl/wT7Rsk> (fecha de consulta 15-1-2019).

<sup>26</sup> J. B. Thompson, *El escándalo político: Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós, 2001), 371.

<sup>27</sup> X. López García; C. Toural Bran y A.I. Rodríguez Vázquez, “Soft-ware, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos”, *El profesional de la información*, Vol: 25num 2 (2016): 286-294.

constante de información. Además, las presiones económicas a las que están sometidos los medios de comunicación obligan a sus profesionales a realizar un periodismo con cobertura rápida.

La lucha contra las noticias falsas tomarán forma cuando los medios empiecen a denunciar las mentiras y a contrastar todo lo expresado por los políticos. “Desgraciadamente el kilo de verdad cotiza a la baja en el mercado”<sup>28</sup>. Mientras tanto, los ciudadanos no reaccionan a la mentira y es que para ellos la verdad ha dejado de ser algo relevante, y admiten el engaño como parte natural de la política, y lo acepta sin problema<sup>29</sup>. La falta de interés por los aspectos racionales y objetivos del discurso ha generado desconfianza, indiferencia y apatía en la población<sup>30</sup>. Por ello es imprescindible que los ciudadanos cuenten con herramientas para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes que pueden divulgarse en los medios de comunicación, pero para esto hay que proceder a la alfabetización digital, distinguir entre los ciberespacios fiables y los que no lo son, y también distinguir entre sus contenidos.

Son diferentes las herramientas para la verificación de los contenidos, destaca Google Images, que permiten comprobar si las imágenes han sido tomadas del buscador o son originales. O el empleo de aplicaciones como Topsy, TinEye o Tungstene, destinadas también a la comprobación de las imágenes. A ellos se suma Street View de Google Maps que permite comprobar que los escenarios recogidos en los vídeos aportados por las fuentes concuerdan con la localización que estas indican. También se encuentra Storyful, un servicio de verificación de contenidos procedentes de las redes sociales, creado por periodistas<sup>31</sup>.

Aunque habría que ir más allá y no quedarnos solo con generar herramientas que nos desvelan la verdad, habría que poner freno a la mentira. Amorós aporta cinco interesantes medidas para acabar con las noticias falsas<sup>32</sup>:

1. Mejor periodismo: más hechos y menos opinión. Relatar los acontecimientos cómo son.
2. Hacer todo lo posible para reducir su difusión. Todos han de trabajar en erradicarla, instituciones, medios, plataformas, etc.
3. Educación comunicativa y herramientas para su erradicación.
4. Acabar con la impunidad de la *fake news*. En Alemania, por ejemplo el ministro de Justicia, Heiko Maas, ha pedido penas de cárcel para quienes difundan *fake news*. Para él “las calumnias y las difamaciones no están protegidas por la libertad de expresión” y pide a jueces y fiscales que persigan estos delitos también en internet. Delitos que en Alemania se castigan hasta con cinco años de cárcel. El

<sup>28</sup> J. Ayuso, “Internet y el populismo mataron la verdad”, El País, 16, 10,2016, 2. <https://bit.ly/2IILJpE> (fecha de consulta 15-10-2018).

<sup>29</sup> M<sup>a</sup> L. Cárdenas y D. Polo, “Las pruebas de verificación de los políticos españoles. El caso de El objetivo (laSexta)”, en Poder y medios en las sociedades del siglo XXI Eds. M<sup>a</sup> J. Pérez Serrano; G. Alcolea-Díaz, y A. I. Nogales-Bocio (Sevilla: Egregius Ediciones, 2018), 284.

<sup>30</sup> M. Márquez, “El trasfondo cínico de la “posverdad””, Público, Universidad de Sevilla, 11,12,2016 <https://blogs.publico.es/dominiopublico/18745/el-trasfondo-cinico-de-la-posverdad/> (fecha de consulta 14-11-2018).

<sup>31</sup> Á. Vizoso, y J. Vázquez-Herrero, “Plataformas de fact-checking...”

<sup>32</sup> M. Amorós, Fake News, La verdad de las noticias falsas (Barcelona: Plataforma editorial, 2018).

presidente del Parlamento Europeo, Martin Schul (2012-17), ha solicitado una regulación europea a favor de endurecer las penas contra sus difusores.

5. Sin dinero no hay paraíso para las *fake news*. Desincentivar económicamente los sitios que las alojan y las difunden, haciendo que los anunciantes no inviertan en ellas. A finales de agosto de 2017, *Facebook* anunció que bloquearía la publicidad de las páginas que las difundiesen “las noticias falsas son dañinas para nuestra comunidad, hacen que el mundo esté menos informado y erosiona la confianza”, afirmaba la red social al anunciar la medida.

Además de verificar y rectificar los bulos, es necesario actuar para que las noticias falsas no prosperen. Es importante erradicarlas antes que se difundan y preparar a la población para que las identifique y no se las crea.

## Metodología

Este trabajo de investigación se centra en las actuaciones *fact checking* que se han puesto en marcha en España. Se investigarán cuatro de los 160 puntos activos (a 28 de febrero de 2019) que aparecen en el censo de proyectos de verificación *Reporters' Lab de la Duke University*, este centro de investigación cuenta con un espacio web en el que se sitúa a través de un mapa las iniciativas de *fact-checking* existentes en los distintos países del mundo. Se localizan "El Objetivo" de *laSexta* y sus espacios de verificación, *Maldita.es* está especializada en bulos, el diario *El Confidencial* con el blog de análisis político "La Chistera" y *Polétika*, plataforma que vigila y presionar a los partidos políticos.

No se investigarán: Periodista Digital y la plataforma “Verdad o Mentira”, *eldiario.es* con “El Cazabulos” y *El País* con el blog “Hechos”, la web de Verne, y “El Tragabulos”, una página de *Facebook*, ni tampoco *Miniver.org*, y *Público*, ninguno de los citados aparecen señalados en *Reporters' Lab* de la Duke University.

La metodología empleada para la elaboración de esta investigación se centra en el estudio de caso, sirviéndose de técnicas cualitativas. A través de fichas de análisis se procederá al estudio sistematizado de los cuatro medios y plataformas españolas mencionadas, El Objetivo, Maldita.es, La Chistera (EL Confidencia) y Polétika. Se investigan los siguientes aspectos: fundación, profesionales, soporte, financiación, responsables de la verificación, temáticas, selección de la información, fuentes utilizadas y método empleado en la verificación.

## Resultados

Los portales analizados se ajustan al código lanzado por la International *Fact-Checking Network* (IFCN): A). En todos ellos se observa su no partidismo y equidad, al emplear el mismo estándar en cada una de las verificaciones. B) Citan las fuentes en las que contrastar los hechos. C) Son transparentes en la financiación y la organización. D) También explica la metodología empleada en la verificación. E) Expresan las correcciones y las argumentan.

Atendiendo a las fichas de análisis y los ítems mencionados en la metodología se obtienen los siguientes resultados de la investigación realizada.

## Fundación, Profesionales y Soporte

Se alcanzan las siguientes deducciones en relación a la fundación, los profesionales encargados de dirigir y verificar las informaciones en medios y plataformas existentes en España, así como sobre los soportes empleados:

- El programa de actualidad informativa "El Objetivo" de *laSexta* y sus espacios "Pruebas de verificación" (especializado en política) se creó el 19 de junio de 2017, dirigido por Ana Pastor, cuenta con el primer equipo de periodistas españoles que han sido reconocidos como signatario de la *International Fact-Checking Network IFCN*, al cumplir el código de principios definidos por esta organización. Su objetivo principal es promover la excelencia en la verificación de los hechos (2017), aunque previamente se había iniciado en estos contenidos con "Maldita hemeroteca" (2013)<sup>33</sup>.
- Los periodistas Clara Jiménez y Julio Montes fundaron "Maldita.es" que cuenta con distintas materias (maldito bulo, maldito dato, etc.), tiene presencia en Twitter y en la web *Maldita.es*. En noviembre de 2016 registraron la cuenta de Twitter@malditobulo y en enero de 2017 comenzó su andadura. El grupo de *Telegram* (responsable de la verificación) lo conforman aparte de sus creadores, los periodistas Antonio Maestre, de *La Marea*; Carlos Hernández Echevarría, de *Más Vale Tarde*; Javier Calvo, de *El Economista*, Nacho Calle y Mario Vera de *laSexta*, y el ingeniero David Fernández, que se encarga de la parte técnica<sup>34</sup>.
- El diario *El Confidencial* cuenta con el espacio de análisis político "La Chistera", donde se verifican los datos. Un blog publicado por la unidad de periodismo de datos de este diario con noticias digitales. Antes de este blog, *ElConfidencial.LAB* realizó una verificación de los hechos durante los debates de las elecciones generales de 2015 en España<sup>35</sup>.
- Otro proyecto de análisis político es *Polétika* que nace en 2015, de la mano de distintas organizaciones y con el propósito de "exigir a los partidos políticos españoles que apuesten de forma valiente y decidida por la lucha contra la pobreza y la desigualdad"<sup>36</sup>.

NOMBRE	FUNDACIÓN	MEDIO	TIPO DE PROYECTO
Pruebas de verificación (El Objetivo)	2017	laSexta	Depende del medio
Maldita.es	2017		Independiente
La Chistera (El Confidencial)	2016	El Confidencial	Depende del medio

<sup>33</sup> El objetivo <https://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/> (fecha de consulta 15-12-2018).

<sup>34</sup> C. Muela, "Maldito Buló, la policía del fake que trabaja en Telegram y quiere llegar a los colegios", *Xataka*, (18, 3,2018) <https://www.xataka.com/entrevistas/maldito-bulo-la-policia-del-fake-que-trabaja-en-telegram-y-quiere-llegar-a-los-colegios> (fecha de consulta 15-10-2018).

<sup>35</sup> *El Confidencial* <https://www.elconfidencial.com/> (fecha de consulta 15-10-2018).

<sup>36</sup> *Polétika* <https://bit.ly/2v8iVi8> (fecha de consulta 14-10-2018).

Polétika	2015		Independiente
----------	------	--	---------------

Tabla 3

Año de fundación, soporte y tipo

Fuente: elaboración propia

Como se observa la primera iniciativa arranca de 2013 con “Maldita Hemeroteca”, que serviría de base para “Pruebas de verificación”, sección constituida años después también por el programa “El Objetivo” (2017). Sus responsables pusieron en marcha en el mismo año (2017) *Maldita.es* y, además, colaboran en otros programas de la cadena (“Al Rojo Vivo”, “Más Vale Tarde”, “laSextaNoche”) y en “Julia en la Onda” (*Onda Cero*). Las primeras iniciativas de verificación que aún continúan activas son La Chistera y Polétika, ambas surgieron en 2015.

En la tabla se describen a su vez el soporte a través del cual difunden sus verificaciones las organizaciones estudiadas: presentación independiente a través de una web o redes sociales, blog, sección dentro de un medio de comunicación. Las plataformas independientes (*Maldita.es* y *Polétika*) se dedican exclusivamente a la verificación de noticias, mientras que los medios citados, *El Confidencia* y el programa “El Objetivo” incluyen el *fact checking* como blog el primero y como sección el segundo.

### Financiación y Responsables de la Verificación

La financiación de los soportes investigados es variada, los que dependen de los medios de comunicación están financiados por estos, mientras que los independientes están sujetos a los organizaciones miembros y al esfuerzo voluntario. En relación a las personas que trabajan la verificación de los datos, en todos se expresa que son periodistas expertos en estos contenidos, a excepción de *Polétika* que omite esta cuestión.

- *Newtral* produce (2018) “El Objetivo”, dirigido por la periodista Ana Pastor desde 2011, y que cuenta con la sección de verificación de datos “Pruebas de verificación” como parte del programa de Televisión y también de su sitio web. Se transmite en *laSexta TV* ([www.lasexta.com](http://www.lasexta.com)), una televisión comercial propiedad de *Atresmedia*. El equipo de verificación está formado por periodistas expertos en estos contenidos: Joaquín Ortega, Lorena Baeza, Jesús Espinosa, María Blanco y Miriam Ruíz. Las sociedades cotizadas como *Atresmedia* están obligadas a difundir toda la información que pueda afectar al precio de la acción a través de su página web y de las comunicaciones que deben remitir a la CNMV.
- *Maldita.es* está fundada por dos periodistas profesionales Clara Jiménez y Julio Montes, quienes afirman que “es principalmente un esfuerzo voluntario que genera ingresos limitados para apoyar su plataforma técnica desde el trabajo con otros medios españoles”<sup>37</sup>. Junto a ellos colaboran un equipo de periodistas expertos y un ingeniero.
- “La Chistera” es un blog publicado por la unidad de periodismo de datos de *El Confidencial*, un diario digital con sede en Madrid y operado por *Titania Compañía Editorial SL*. Está coordinado por la Unidad de Datos de *El Confidencial*, formada por los periodistas expertos en el análisis de datos, Daniele Grasso, Jesús Escudero y Adrián Blanco.

<sup>37</sup> C. Muela, “Maldito Buló, la policía del fake que trabaja en Telegram ...”

- *Polétika* se financia exclusivamente a través de las aportaciones de las organizaciones miembros. Creada por una coalición de grupos activistas liderados por Oxfam Intermón y CIECODE, aglutina más de 150 organizaciones y movimientos sociales en España.

NOMBRE	FINANCIADO	RESPONSABLE DE LA VERIFICACIÓN
Pruebas de verificación (El Objetivo)	Newtral	Periodistas
Maldita.es	Esfuerzo voluntario	Periodistas
La Chistera (El Confidencial)	El Confidencial	Periodistas
Polétika	Organizaciones miembros	

Tabla 4  
Financiación y responsables  
Fuente: elaboración propia

### Sistema de Verificación

Los métodos empleados para verificar la información que es cuestionada por los distintos medios va a depender de diferentes factores. Para su investigación se atenderá a las temáticas que chequean, quién selecciona la información, las fuentes utilizadas y el método empleado en la verificación. Para atender a las claves utilizadas en la verificación se observará si es:

- Textual: si se recurre a vocablos que resumen el veredicto emitido.
- Cromático: si se utilizan distintos colores para indicar la resolución.
- Icónico: si se acude a símbolos que representen la decisión adoptada.
- Argumentación: si se explica el veredicto tomado. Se puede optar por la argumentación textual o visual (vídeo, fotografía o gráficos).

A continuación se recoge una tabla resumen de los datos obtenidos de los medios y plataformas investigados.

NOMBRE	TEMÁTICAS	SELECCIÓN	FUENTES	MÉTODO
Pruebas de verificación (El Objetivo)	Política	Periodistas	Diversas Gabinetes implicados	Textual Cromático Argumentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textual</li> <li>• Visual/TV</li> </ul>
Maldita.es	Variadas	Periodistas y Seguidores	Diversas Implicadas	Textual Argumentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textual</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visual</li> </ul>
La Chistera (El Confidencial)	Variadas	Periodistas y Seguidores	Diversas Implicadas	Textual Cromático Icónico Argumentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textual</li> <li>• Visual</li> </ul>
Polétika	Política	Organizadores		Cromático Icónico Argumentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textual</li> </ul>

Tabla 5  
Sistema de Verificación  
Fuente: elaboración propia

Los datos mostrados en la tabla sintetizan el estudio pormenorizado de los medios de comunicación y las plataformas seleccionadas, estos se desarrolla a continuación, se siguen los mismos indicadores.

#### a) Pruebas de Verificación (“El Objetivo”)

En “El Objetivo”, las temáticas seleccionadas están pegadas a la actualidad informativa. Se chequean los contenidos generados por los principales actores políticos. Expresan que no les “importa el signo político” (2019), están en función de variables periodísticas: entrevistas, ruedas de prensa, declaraciones, sesiones de control al Gobierno en el Congreso, tuits, etc.<sup>38</sup>.

La selección se realiza atendiendo a “la declaración que más aporte al espectador, que más clarifique y explique la actualidad”. Su objetivo es que “el público esté informado y pueda conformar, siempre con datos, su propia opinión al respecto”<sup>39</sup>. En su investigación usan siempre fuentes oficiales: INE, Eurostat, ministerio de Empleo, de Fomento son algunas de sus páginas más habituales de consulta. También contactan con los gabinetes de prensa implicados para que expresen el porqué de las declaraciones que están verificando. También contactan con los mayores expertos en la materia para que nos indiquen posibles interpretaciones sobre el asunto.

Hay hasta tres filtros para determinar, a través de una clave textual, si la frase que analizan es “falsa”, “engañosa” “verdad a medias” o “verdadera”. En primer lugar esta determinación la toma el redactor que posteriormente expone sus resultados al resto del grupo. Tras debatirse, la prueba llega al equipo de dirección y vuelve a someterse a revisión con puntos de vista diferentes. Consideran que “este proceso es fundamental para no cometer errores”. Solo cuando tras el trabajo expresado llegan a la conclusión de que la afirmación analizada no tiene datos ni hechos que la respalden, pero tampoco que la desmientan del todo, determinan que la conclusión será definida como “indemostrable”. Se utiliza también la clave cromática: verde, amarillo, naranja y rojo. Se emplea tanto una argumentación textual como visual, esta información es difundida tanto por televisión como por su página web.

<sup>38</sup> M<sup>a</sup> L. Cárdenas y D. Polo, “Las pruebas de verificación de los políticos...” 287.

<sup>39</sup> El objetivo <https://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/> (fecha de consulta 15-12-2018).

## b) *Maldito bulo*

Los bulos que han desmentido muestran distintas motivaciones. Los más abundantes son los de sesgo político, pero también hay temas relacionados con la ciencia y los sucesos (relacionados con engaños, tráfico, sanciones, etc.). A su vez trabajan en asesoran a sus seguidores para que sepan detectar la información falsa, defienden que la educación es la mejor herramienta para frenar estos contenidos<sup>40</sup>.

La selección se realiza a propuesta de sus seguidores a quienes los organizadores invitan para que envíen whatsapp, denunciando las noticias falsas y los que sus responsables detectan a través de los medios digitales y las redes sociales. No siempre se menciona en los tuits cómo ha llegado esta información a sus manos.

Las fuentes utilizadas son distintas, dependerá del bulo, en su página web no se recogen. No todos sus tuits aportan la procedencia del desmentido, en las que se expresan predominan los rectificadores por las instituciones (ayuntamiento, ministerios, ayuda al refugiado, gobiernos internacionales, Cruz Roja y universidad) le siguen los aportados por la policía, prensa, científicos y partidos políticos. También solicitan la participación de las personas o instituciones implicadas<sup>41</sup>.

El procedimiento que siguen para desmentir un bulo, según Julio Montes, es el siguiente, será el grupo 'Telegram', compuesto por ocho periodistas, el que realice el proceso de selección y asignación. "Una vez hecho eso, se hace la labor periodística como si fuera una noticia o un reportaje más, es decir, llamas a fuentes, compruebas fechas, nombres, etc., y cuando está desmentido el bulo se vuelve a pasar por el grupo para una fase de fact checking en la que todos hacen preguntas", para evitar errores. En el texto desmentido aparece el término bulo. Expresan que su credibilidad es su mayor valor, por eso poseen una política de neutralidad que atañe a todos los miembros del equipo<sup>42</sup>. Se emplea tanto una argumentación textual como visual para desmentir los bulos.

## c) "La Chistera" (*El Confidencia*)

"La Chistera" verificará las verdades y mentiras más relevantes de los políticos. "Separar el trigo de la paja. Con este objetivo nació" chequear la veracidad de las afirmaciones de los personajes públicos. Aunque afirman que no es solo política y abordan otros contenidos de máxima actualidad<sup>43</sup>.

En la selección de noticias falsas invitan a sus seguidores a que hagan propuestas de verificación, y si la aceptan y consiguen chequearlas, se lo notifican por e-mail y la publican en su post semanal. También se sirven de las propuestas de sus responsables.

Para verificar la información acuden a fuentes públicas. Cuando no existen, contactan con los interesados para que les proporcionen la fuente y metodología que están detrás de la afirmación.

<sup>40</sup> M<sup>a</sup> L. Cárdenas, "Actuaciones periodísticas contra las fake news: Malditos bulos", Congreso Comunicación y Filosofía (Priego de Córdoba, Universidad de Sevilla, 2018).

<sup>41</sup> M<sup>a</sup> L. Cárdenas, "Actuaciones periodísticas contra las fake news..."

<sup>42</sup> C. Muela, "Maldito Bulo, la policía del fake que trabaja en Telegram ..."

<sup>43</sup> La chistera, El Confidencia <https://bit.ly/2Gudpg6> (fecha de consulta 14-10-2018).

Una vez analizados los contenidos establecen un veredicto en el que aplica el siguiente código (textual, cromático (verde, amarillo, naranja y rosa) e icónico (tick verdadero, conejo amarillo, conejo naranja y unicornio rosa)):

- Verdadero: la información es correcta y se basa en datos contrastables.
- Impreciso: la afirmación omite o tergiversa parte de la verdad.
- Falso: los datos demuestran que la afirmación es falsa.
- Insostenible: no es una afirmación sino un truco de magia basado en una metodología inadecuada o sin el apoyo de fuentes contrastables.

Además, se emplea tanto una argumentación textual como visual para desmentir los contenidos falsos.

#### d) *Polétika*

*Poletika* en la actualidad tiene como temática los compromisos adquiridos por los candidatos a las elecciones generales y a los programas electorales de los partidos que se presenten a los próximos comicios. Se le hace un seguimiento al cambio climático, conflictos internacionales, desarrollo, igualdad de género, fiscalidad, igualdad salarial, infancia, transparencia y participación ciudadana, protección social y sanidad. Se ha centrado en dar seguimiento y evaluar el comportamiento del Gobierno y del Parlamento, tomando como referencia las acciones del Ejecutivo y de los Grupos Parlamentarios de ámbito estatal: Partido Popular, PSOE, Ciudadanos y Unidos Podemos- En Común Podem- En Marea.

La selección de la información analizada la realiza los organizadores de *polética.org*.

Las fuentes de información que emplean para dar seguimiento a las acciones de los partidos políticos señalados son aquellas que se incluyen en la categoría de 'acto oficial', quedando fuera las meras declaraciones. Como actos oficiales consideran: todas las iniciativas parlamentarias legislativas y de orientación política, además de las decisiones del Gobierno recogidas en documentos oficiales o que se han materializado en cambios concretos. Las declaraciones en prensa o discursos no se considerarán fuentes válidas. Todas estas acciones se comparan con las peticiones de *Polétika* y con las declaraciones de los candidatos y programas electorales.

La herramienta, basada en una web interactiva y que se renueva constantemente, mide el nivel de compromiso de los candidatos y los programas electorales sobre los temas anteriormente citados.

*Poletika.org* tiene varias fases de implementación. En un primer momento recoge los compromisos hechos por los candidatos en declaraciones públicas. Posteriormente analiza los compromisos concretos vertidos en los programas electorales y cruzará los datos para saber si lo prometido en discursos y entrevistas se ha materializado en propuestas concretas. Una vez constituido el nuevo Gobierno y Parlamento medirá el cumplimiento que cada partido hace de sus programas. Los temas investigados se califican con código icónico (cuatro caritas de sonriente a triste) y cromático:

- Verde: Se valora haber impulsado y logrado la aprobación de alguna iniciativa relevante para la consecución de los objetivos de *Polétika*.

- **Amarillo:** Haber apoyado una iniciativa relevante se puntúa en amarillo. La acumulación de iniciativas que estén ayudando a poner o mantener en la agenda política alguno de los temas de *Polétika* también se considerará amarillo aunque en sí mismas las iniciativas no puedan considerarse como avances políticos relevantes.
- **Naranja:** No hay acción proactiva o poca acción proactiva en comparación con otros grupos, pero sus posiciones (en enmiendas o declaraciones) avanzan respecto a posicionamientos anteriores.
- **Rojo:** La defensa de posiciones contrarias a las peticiones de *Polétika* (bien a través de iniciativas propias de contenido negativo o con el voto contrario a iniciativas de terceros con contenido positivo), el bloqueo (a través de cualquiera de los medios que los partidos políticos tienen a su disposición) de los avances necesarios en las peticiones de *Polétika* (por ejemplo, el bloqueo en la tramitación parlamentaria de la ILP sobre la renta mínima) y la inacción continuada se consideran rojo<sup>44</sup>.

*Polétika* emplea argumentación textual al desmentir las declaraciones de los distintos partidos.

## Conclusiones

España se ha sumado contra las *fake news*, cada vez son más numerosos los medios de comunicación y plataformas que se unen al *fact-checking*, las acciones emprendidas para revisar y comprobar declaraciones o datos, con objeto de certificar la veracidad, son variadas. Así se desprende en esta investigación de los medios y plataformas españoles recogidos por *Reporters' Lab*, financiadas el 50% por el propio medio y el resto por organizaciones miembros y voluntarios. Y que tiene como verificadores, en el 75% de los casos, a periodistas.

En relación a las **temáticas** que verifican, todos ellos optan por contenidos políticos, además, los que se abren a otros contenidos, como es el caso de *Maldita.es* y “La chistera”, el sesgo político es el más recurrente.

En la **selección** de los acontecimientos analizados, todos ellos realizan su propia criba, señalan que se ajustan a la actualidad informativa. *Maldita.es* y “La chistera” hacen partícipes a sus seguidores en la propuesta de noticias para su chequeo. Ninguno transmite un criterio objetivo, aunque defiendan esa intención.

Todos expresan que hacen uso de **fuentes** institucionales en la verificación de los contenidos. “El Objetivo” también contacta con los gabinetes de prensa de las instituciones implicadas para que se defiendan y con expertos en la materia. En “La Chistera” cuando no existen esas fuentes conectan con los interesados para que les expliquen los contenidos. En *Polétika* solo se sirven de las acciones políticas y decisiones de gobierno, las declaraciones y las ruedas de prensa no se consideran fuentes.

Los **pasos dados en la verificación** también son diferentes. En “El Objetivo” y en *Maldita.es* tras una primera verificación de la información, realizada por un redactor, se comparte con el grupo y vuelve a analizarse. En “La Chistera” solo se habla de verificar, pero sin entrar en detalles. Mientras que *Polétika* estudia los compromisos recogidos de

<sup>44</sup> *Polétika* <https://bit.ly/2v8iVi8> (fecha de consulta 15-10-2018).

los programas electorales y los cruza con las acciones concretas emprendidas. Los cuatro establecen un veredicto tras el chequeo realizado, recurren a escalas textuales, visuales o simbólicas y cromáticas.

Casi todos optan por una **escala textual** con conceptos “verdadero” y “falso”, también se incluyen otros vocablos intermedios como “impreciso” o “insostenible” de “La Chistera” o “engañosa” y “verdad a medias” de “El Objetivo”. La única que no emplea la vía textual es *Polétika* que hace uso del color y de los iconos para calificar los contenidos analizados. Todos acuden a recursos **cromáticos**, excepto *Maldita.es*. A los **iconos**, símbolos gráficos que diferencian la verdad de la mentira, recurren “La Chistera” y *Polétika*.

Las verificaciones son **argumentadas**, se explica aquellos hechos que contribuyen a que las declaraciones o informaciones tratadas sean verdaderas o falsas. Además, estos textos suelen aparecer acompañados de pruebas documentales **visuales**, como vídeos o fotografías. Se pueden encontrar ejemplos de estas prácticas en medios como “El Objetivo”, *Maldita.es* y “La Chistera”. Otro formato es el utilizado por “La Chistera”, su estilo se corresponde con los blogs, con un lenguaje más sencillo, acompañado de gráficos e imágenes. La plataforma *Polétika* verifica las declaraciones y propuestas realizadas por los candidatos a la presidencia del Gobierno de España durante la campaña electoral. Cruzará los datos para saber si lo prometido en discursos y entrevistas se ha materializado en propuestas concretas.

Es importante que los medios de comunicación y plataformas adopten medidas al respecto, como expresa la editora de *PolitiFact*, Drobnic Holan, hay que “darles a los ciudadanos la información que necesitan para gobernarse a sí mismos en una democracia”<sup>45</sup>. También han de remar en la misma dirección las instituciones públicas, nacionales e internacionales. Aunque como expresa Amorós<sup>46</sup>, esto no es suficiente. Es necesario que la sociedad tome conciencia, y para ello hay que educar en la comunicación y en el uso de las herramientas que detectan la mentira. Además, habría que trabajar en la impunidad de la *fake news*, sin caer en la censura, que mentir no sea rentable ni económica ni ideológicamente, porque detrás de ellas hay una intención y esta es la que hay que impedir que se cumpla.

## Referencias

Áfricacheck <https://bit.ly/2YZEJdJ> (fecha de consulta 20-12-2018).

Amorós, M. *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Barcelona: Plataforma editorial. 2018.

Ayuso, J. *El País*. “Internet y el populismo mataron la verdad”. 2016. <https://bit.ly/2IILJpE>

Cárdenas, M<sup>a</sup> L. “Actuaciones periodísticas contra las fake news: Malditos bulos”. Congreso Comunicación y Filosofía. Universidad de Sevilla, Priego de Córdoba. 2018.

Cárdenas M<sup>a</sup> L. y Polo, D. “Las pruebas de verificación de los políticos españoles. El caso de El objetivo (laSexta). En Poder y medios en las sociedades del siglo XXI, Eds. M<sup>a</sup> J. Pérez Serrano; G. Alcolea-Díaz y A. J. Nogales-Bocio. Sevilla: Egregius Ediciones. 2018. 275-297 <https://bit.ly/2VSnF7t> (fecha de consulta 20-1-2019).

<sup>45</sup> A. Drobnic Holan. “Los principios de Truth-O-Meter...”

<sup>46</sup> M. Amorós, *Fake News. La verdad de las noticias...*

Cárdenas, M<sup>a</sup> L. y Polo, D. “Posverdad y comunicación política: infoxicación y fact-checking”. En La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política, coords. R. Aparici y D. García Marín. Barcelona: Gedisa. 2019.145-160.

Drobnic Holan, A. “Los principios de Truth-O-Meter: la metodología de PolitiFact para la verificación independiente de los hechos”. PolitiFact. 2018 <https://bit.ly/2OgnkIf> (fecha de consulta 20-1-2019).

Echevarría, B. “Potenciar la verificación sistemática de datos. Más ‘fact-checking’ contra la posverdad”. Cuaderno de periodista, nº 33 (2017): 9-16. <https://bit.ly/2OU7a80> (fecha de consulta 20-10-2018).

El objetivo <https://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/> (fecha de consulta 15-12-2018).

Fact-Checking Network IFCN (2016) <https://bit.ly/2RFT7GV> (fecha de consulta 16-12-2018).

Fritz, B.; Keefer, B. & Nyhan, B. All the President's Spin: George W. Bush, the Media, and the Truth. New York: Touchstone. 2004.

Global Fact, <https://bit.ly/2IIFxh1> (fecha de consulta 6-11-2018).

Graves, L. & Cherubini, F. “The rise of fact-checking sites in Europe. Reuters Institute Digital News Report”. (2016): 1-40 <https://bit.ly/2U7xZqw> (fecha de consulta 15-11-2018).

La chistera, El Confidencia <https://bit.ly/2Gudpg6> (fecha de consulta 14-10-2018).

López García, X.; Toural Bran, C. y Rodríguez Vázquez, A. I. “Soft-ware, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos”. El profesional de la información, Vol: 25 num (2016): 286-294.

LUPA, “¿Pero de dónde viene el fact-checking?” (2015), <https://bit.ly/2lillfk> (fecha de consulta 20-11-2018).

Maldita.es <https://maldita.es/malditobulo/> (fecha de consulta 20-11-2018).

Márquez, M. “El trasfondo cínico de la “posverdad””, Público, Universidad de Sevilla, 11,12,2016 <https://blogs.publico.es/dominiopublico/18745/el-trasfondo-cinico-de-la-posverdad/> (fecha de consulta 14-11-2018).

Minirver.org <https://bit.ly/2V8Tz25> (fecha de consulta 5-11-2018).

Muela, C. “Maldito Bulo, la policía del fake que trabaja en Telegram y quiere llegar a los colegios”, Xataka, 18, 3, 2018 <https://www.xataka.com/entrevistas/maldito-bulo-la-policia-del-fake-que-trabaja-en-telegram-y-quiere-llegar-a-los-colegios> (fecha de consulta 15-10-2018).

Palau-Sampio, D. “Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America”. Communication & Society 31(3) (2018): 347-363.

Plataforma en Defensa de la Libertad de Información, “Contra la posverdad: 10 fórmulas para hacer frente a las noticias falsas”, 21, 2, 2017 <https://goo.gl/wT7Rsk> (fecha de consulta 15-1-2019).

Polétika <https://bit.ly/2v8iVi8> (fecha de consulta 14-10-2018).

Portaltic/EP, “Facebook introduce una herramienta para enseñar a identificar las noticias falsas”, Madrid, 22, 09, 2017 <https://goo.gl/JFmovq> (fecha de consulta 15-1-2019).

Público <https://www.publico.es/> (fecha de consulta 15-1-2019).

Spinsanity (2004), <http://www.spinsanity.org/about/> (fecha de consulta 20-2-2019).

Stencel, M. “Verificación global de datos hasta 50% en el último año” (2016). <https://reporterslab.org/fact-checking/> (fecha de consulta 15-12-2018).

Tabanera, N. “Tenemos que hacer que la información sea trazable, que el lector siga el camino del periodista”, Público, Huesca 14, 3, 2019 <https://bit.ly/2UYkKJF> (fecha de consulta 15-4-2019).

Thompson, J.B. El escándalo político: Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós. 2001.

Ufarte, M<sup>a</sup> J. y Murcia, Fco. J. “El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo. Estudio de caso de Miniver”. Miguel Hernández Communication Journal, Vol: 9 num 2, (2018): 511-534. DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.267> (fecha de consulta 5-11-2018).

Vizoso, Á. y Vázquez-Herrero, J. “Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método”. Communication & Society. Vol: 32(1) (2019): 127-144 <https://bit.ly/2G4Qnwa> (fecha de consulta 7-11-2018).

## CUADERNOS DE SOFÍA EDITORIAL

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.