

## CAPÍTULO VII

# TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA PRAXIS DE UN PERIODISMO RESPONSABLE

**Dra. Alba Rosa Barreth González, MSc<sup>22</sup>**  
*Universidad de Guayaquil*

**Lcda. Julia Dolores Abifandi Cedeño, MSc.<sup>23</sup>**  
*Universidad de Guayaquil*

### RESUMEN

El periodismo es una disciplina aplicada a nivel mundial. En Ecuador se ha evidenciado graves deficiencias en temas de responsabilidad periodística, para el uso del material informativo que es difundido por las redes sociales. Hay informaciones que no son verificadas ni contrastadas, como determina el profesionalismo y la ley; por lo cual surge la interrogante: ¿Cuál es el proceso adecuado para el manejo de los datos informativos publicados en las redes sociales? En busca de la respuesta a dicha pregunta se plantean los siguientes objetivos: a) Analizar las fuentes de confirmación de la información utilizadas por los comunicadores sociales. b) Identificar los procedimientos para el contraste de la información en otros países. c) Diseñar una propuesta de aplicación profesional para la verificación de la información, procurando la responsabilidad periodística. La metodología utilizada en la investigación es analítica y cualitativa; para lo cual se realizó la revisión bibliográfica, recolección y estructuración de datos informativos, clasificando sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, los cuales permitieron analizar los parámetros del problema planteado y la aplicación de los marcos legales pertinentes, que regulan este tipo de actividad comunicacional. Las técnicas de recolección de información fueron: el grupo focal a profesionales de la comunicación, que utilizan los datos noticiosos publicados en las redes sociales como insumo de trabajo diario, expertos de la comunicación social, directores, editores y los gestores de redes sociales “*Community Managers*” de los medios de comunicación social. La propuesta consiste en diseñar lineamientos profesionales para la verificación de la información, procurando la responsabilidad periodística. El desarrollo de este estudio contribuye con los comunicadores sociales para el empleo de las plataformas digitales con responsabilidad.

---

22 Magister en Gerencia en Educación Abierta. Docente titular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

23 Magister en Diplomacia y Relaciones Internacionales. Periodista, Docente TC, de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

**Palabras Claves:** periodismo, información, redes sociales, responsabilidad social, técnicas de verificación

## ANTECEDENTES

La comunicación actual es el producto de años de esfuerzo realizados por el hombre para comunicarse de una manera más rápida y sencilla. El sitio web Wordpress.com (2013) hace un resumen puntual de algunos de los hechos relevantes en la historia de la comunicación:

**5000 A. C:** La comunicación del ser humano era a través de sonidos, gruñidos y expresiones corporales.

**3000 A. C:** Se crean los jeroglíficos en Egipto, para transportar y transmitir la información importante por papiros, muros, piedras (...)

**1.700 – 1.500 A.C:** Como forma de comunicación Siria y Palestina se idearon símbolos que describían sonidos individuales, lo cual se la consideró la primera semejanza del alfabeto. Mientras que los griegos crearon la Heliografía, basada en un modo de reflejar la luz del sol en superficies organizadas con espejos.

**430 A.C:** Se utilizaron antorchas como medio de comunicación. Para los romanos simbolizaban señales de guerra.

**360 A. C:** Surge el telégrafo de agua que envía señales de humo a través del vapor generado por el agua almacenada en barriles que se los abría y cerraba para emitir la humarada y enviar las señales.

**1.729:** Stephan Gray descubre que la electricidad puede ser transmitida.

**1.801:** Se inventa la pila del Volta, tomando el nombre del inventor físico-italiano Alessandro Volta.

**1.837:** El primer Telégrafo es inventado por Samuel Morse inventa

**1.844:** Samuel Findley Breese Morse perfeccionó el código Morse.

**1.853:** Gracias a Bell, se crea el Telégrafo por cable simultáneo.

**1.873:** Graham Bell, emplea el dispositivo – Voz Visible, para la enseñanza de niños Sordos. En el mismo año se desarrolla la “teoría de las comunicaciones” por medio de las matemática, cuyo autor fue James C. Maxwell.

**1876:** Bell y Watson transmiten por primera vez, una señal de voz por medio de un cable eléctrico.

**1878:** Aparece la primera central Telefónica en New Haven, EE.UU.

**1880:** Una lámpara de incandescencia, le da la pauta a Thomas Alva Edison para descubrir el fenómeno de emisión en un filamento caliente.

**1892:** En Indiana aparece la primera Central Telefónica.

**1895:** Utilizando ondas de radio, Guglielmo Marconi, logra realizar la primera transmisión telegráfica inalámbrica.

**1896:** Se diseña el primer teléfono de disco, cuyos autores fueron Frank Lundquist, y los hermanos John y Charles Erickson. En este mismo año aparece la radio. La primera patente, la obtuvo Marconi.

**1899:** Gran Bretaña y Francia se comunican a través un cable telegráfico que creó Marconi.

**1921: La T.S.F.** (telegrafía sin hilo francesa) En París se utiliza la Torre Eiffel como antena, para los primeros ensayos de programas de radio.

**1925:** Funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo.

**1925:** Gran Bretaña, inicia los primeros inventos de la televisión.

**1937:** Nace la primera televisión de calidad como servicio público. En este mismo año **John Atanasoff** desarrolló la primera computadora digital electrónica.

**1942:** Se inventa el cassette para grabación magnética de audio.

**1944:** Howard H. Aiken´s diseña el primer computador programable llamado MARK1 (EEUU)

**1946:** Nace la primera computadora totalmente electrónica conocida como ENAC, gracias a Eckert y Mauchly. Este medio contenía 1500 relés y acerca de 18000 tubos.

**1951:** Se promociona la primera computadora comercial que disponía de mil palabras de memoria central y podía leer cintas. (diskettes)

**1962:** Nacen las comunicaciones digitales de alta velocidad.

**1969:** Aparece, la primera red de computadores Arpanet.

**1972:** Estados Unidos, construye las primeras **2839** conexiones de TV cable.

**1977:** Aparece la telefonía celular. El primer prototipo de sistema celular comercial se instala en Chicago, por AT&T.

**1989:** Nace el Internet en el Instituto Europeo de Investigación de Física de Partículas (CERN) gracias a Tim Barners Lee... Nace la "World Wide Web" (www) del Internet

**1996:** Comienza la telefonía IP

**2009:** EE. UU. Da paso a la Televisión Digital.

La era digital ha cambiado la forma de hacer periodismo en la actualidad, y las plataformas se han convertido en un medio esencial a la hora de difundir la información. El periodista de hoy utiliza esta herramienta digital para ejercer con mayor eficacia su profesionalismo.

Ramona Claudia Domínguez. (2015) señala en su libro, *Periodismo Plataforma*: “El trabajo periodístico se vio superado hace tiempo por la aparición de internet y posteriormente por las redes sociales (....)”. Y es que la intervención de la tecnología activa la producción de información, involucra su actualización inmediata y constante.

En este contexto nuevas herramientas, como: los teléfonos inteligentes y las tabletas, contribuyen a la generación, investigación y difusión de noticias, para llegar de una manera rápida y sencilla a la sociedad. Surge así para Domínguez (2015), “El concepto de unión y/o entrecruzamiento, fusión de tecnologías” que refiere que un mismo dispositivo toma fotografías, graba videos y audios, escribe textos, reproduce la producción propia con la de otros, se publica y se viraliza en tiempo breve haciendo uso del lenguaje trans-media.

Hay informaciones que no son verificadas ni contrastadas, como determina el profesionalismo y la Ley. Por lo cual surge la interrogante: ¿Cuál es el proceso adecuado para el manejo de los datos informativos publicados en las redes sociales?

## **REVISIÓN DE LITERATURA:**

Como base investigativa se ha considerado los siguientes términos: Periodismo, información, redes sociales, responsabilidad social y técnicas de verificación:

### **Periodismo**

**Según, Horacio Verbitsky (2015)**, periodista y escritor argentino:

Periodismo es difundir aquello que alguien no quiere que se sepa, el resto es propaganda. Su función es poner a la vista lo que está oculto, dar testimonio y, por lo tanto, molestar. Tiene fuentes, pero no amigos. Lo que los periodistas pueden ejercer, y a través de ellos la sociedad, es el mero derecho al pataleo, lo más equitativa y *documentadamente posible*.

Para **Verbitsky**, el periodista tiene como única función encargarse del lado malo, “criticar todo y a todos”, y lado bueno “se encarga la oficina de prensa; de la neutralidad, los suizos; del justo medio, los filósofos, y de la justicia, los jueces. Y si no se encargan, ¿qué culpa tiene el periodismo?”

Por otra parte, para el escritor y periodista americano Bill Kovach (2015): “El periodismo es la primera versión de la historia. Las pautas éticas son

para los periodistas como las estrellas para los antiguos navegantes, quizá no las llegemos a usar nunca, pero sin ellas, estaríamos perdidos”

La revista MARCESPINCOMI, (2015) recoge los conceptos de algunos autores, sobre el significado del periodismo y de lo que es el periodista. Para Iñaki **Gabilondo**, periodista español el periodismo, “No es un oficio del que uno se pueda jubilar, porque en el fondo es muy vocacional, está relacionado con el intento permanente de intentar entender el entorno y con el instinto permanente de contarlo”. Cita de su último libro, “El fin de una época”.

Mario **Vargas Llosa**, escritor y periodista, habla de principal función:

*El periodismo, tanto el informativo como el de opinión, es el mayor garante de la libertad, la mejor herramienta de la que una sociedad dispone para saber qué es lo que funciona mal, para promover la causa de la justicia y para mejorar la democracia. (El país, 2006)*

Gabriel **García Márquez**, escritor y periodista refiere que: “El periodismo es el mejor oficio del mundo”. (El país, 2006) Sin embargo, con la crisis, el desempleo y el empeoramiento de las condiciones laborales, en 2014, el periodismo era considerado como la segunda peor profesión del mundo por la web de empleo CareerCast (2014).

Según la Real Academia Española, (RAE) periodismo es la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades, y el periodista, es la persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo.

En contexto, se puede decir que el periodismo es la captación de datos, que contribuyen a generar información que será difundida a la sociedad en forma de noticia, gráfica, oral o escrita, por el responsable de elaborar dicha información, en este caso, el periodista.

## **Información**

Según la RAE, información es la acción y efecto de informar. En el campo del periodismo, la información está constituida por un grupo de datos, que analizados, y debidamente ordenados, servirán para construir una información o mensaje. “La información permite resolver problemas y tomar decisiones que es la base del conocimiento”.

Hasta hace unos años, el periodismo y la difusión del mensaje informativo, tenían como intermediarios el papel, la radio y la televisión, utilizando espacios limitados.

Hoy existe una nueva herramienta para la generación y difusión de información periodística. Es un recurso que llega más rápido, en el que no existe el límite de espacio y ofrece la posibilidad de vincular **contenidos** o enlazar fuentes de información, como son Internet y las redes sociales

Sin embargo, el uso de esta herramienta tecnológica, ha dado la oportunidad para que sujetos no vinculados a la actividad periodística se conviertan en generadores y difusores de mensajes. Dichos mensajes son a veces utilizados por periodistas que por el deseo de figurar u obtener la primicia, irrespetan la jerarquía de la información **y la difunden son verificar la realidad de los datos obtenidos**. Priorizar la velocidad para publicar una información, puede llevar a más de un comunicador social a caer en un gran error profesional.

## **Redes sociales**

RAE define a las redes sociales, como: “sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, relaciones comerciales, etc”

La revista Alicia Comunicación.com (2015), cita a Rosa Pujol quien expresa que la comunicación e información de un hecho se han visto modificadas por las redes sociales, situación que incluso ha transformado la forma de trabajar de los medios de comunicación y los periodistas, sin embargo se desconoce si el futuro de dicha evolución, será positiva o negativa.

La misma revista agrega las palabras de Robert Hernández, profesor de periodismo en la Universidad de California del Sur citando: “no es momento de juzgar si es bueno o malo estar en las redes sociales. La realidad es que hay que estar en ellas”. También refiere que sin embargo al ser periodista se debe utilizar las herramientas con el objetivo de informar y que como valor fundamental no se puede perder nunca la credibilidad. Hernández añade: “*Confío en las nuevas generaciones de periodistas, crecidos y educados en la era digital, para que sean capaces de colocar el derecho a la información veraz*” (...) “La rapidez se impone a la veracidad, y la brevedad a la contextualización. Pero no todo lo que se escribe en una red social es cierto. Y es el trabajo del periodista confirmar la veracidad de esa información”. Al menos así lo consideran la mayoría de periodistas experimentados anteriores a los de la era digital, puntualiza Hernández.

La realidad es que los jóvenes ya no se informan de la manera tradicional, para ellos prima la era digital y las redes sociales. Bajo este concepto, las redes sociales deben servir a la actividad periodística, para obtener una información más completa, interesante y enriquecedora para el público al que nos dirigimos, siempre que esté debidamente verificada y filtrada.

## Responsabilidad social

Como toda disciplina profesional, el comunicador social debe ejercer un código de ética para ejercer un periodismo responsable, en el que se engloban, principios, valores y obligaciones del oficio del periodista.

Según la página virtual de Red, Ética y Periodismo (2013) hay cientos de códigos de conducta, cartas y declaraciones de los medios de comunicación. Y son los grupos de profesionales en este campo los que contienen los principios, valores y obligaciones del oficio del periodista. La mayoría de ellos se enfoca en cinco temas comunes:

Tabla 1 - Códigos del comunicador social

<b>Códigos de conducta del comunicador social.</b>	
<b>Verdad y Precisión</b>	Aunque los periodistas no siempre pueden garantizar la “verdad” de la información que difunden al 100%, si pueden obtener los hechos con exactitud. El comunicador, siempre debe procurar la precisión, garantizando que los datos obtenidos, están verificados Aclarar cuando la noticia responde.
<b>Independencia</b>	Los periodistas deben ejercer su profesión independientemente, sin responder a intereses políticos, empresariales o culturales.
<b>La equidad y la imparcialidad</b>	Las informaciones deben ser equilibradas, contrastadas y presentadas con contexto. La noticia siempre tiene dos lados, y en lo posible hay que dar espacio a ambas versiones del tema a publicar. “La objetividad no siempre es posible, y puede no ser siempre deseable (al narrar por ejemplo, actos de extrema brutalidad o crueldad), pero informar imparcialmente genera credibilidad y confianza”.
<b>Humanidad</b>	Las noticias que generen los periodistas no deben tener como objetivo dañar la imagen de nadie o herir a alguna persona.. El comunicador debe ser consciente del impacto de las palabras o de las imágenes que publica.
<b>Responsabilidad</b>	Una señal segura de profesionalismo y periodismo responsable es la capacidad del comunicador al asumir su responsabilidad. Cuando comete errores, los corrige y manifiesta las debidas disculpas y explicaciones.

Elaborado a partir de la página virtual de Red, Ética y Periodismo

Los miembros de la Red de Periodismo Ético (EJN, siglas en inglés) no consideran necesario añadir nuevas normas para regular la actividad periodística. Apoyan sin embargo “la creación de un marco jurídico y social, que anime a los periodistas a respetar y seguir los valores de su oficio”. Ellos consideran que tomar en cuenta estas recomendaciones contribuye a que los periodistas y los medios de comunicación ejerzan un liderazgo de respecto a la libertad de expresión ética. “Lo que es bueno para el periodismo también es bueno para otras personas que utilizan internet o los medios de comunicación en línea para expresarse públicamente”, enfatiza la página EJN.

### **Técnicas de verificación**

David Brewer, editor de Media Helping Media, para la IJNET (2012) indicó que la verificación de información para los periodistas, “es un apoyo fundamental del periodismo. Internet ofrece una variedad de herramientas de consulta casi instantánea sobre la información que se produce minuto a minuto”

El mismo autor señala tres pasos que engloban al periodismo: “encontrar datos, interpretar su importancia y luego compartir esta información con la audiencia”. Es así que se indica que es necesario la comprobación de la información obtenida a través de mecanismos fuertes, que ayuden a distinguir la realidad del chisme.

Por otra parte, la revista, Emergency Journalism, (2012), recomienda en su sitio web, las siguientes herramientas para la verificación de datos:



## Personas, lugares, imágenes.

Tabla 2 - Herramientas de verificación de información

ELEMENTOS	HERRAMIENTAS	DESCRIPCION
<b>Personas</b>	<b>WHO IS</b>	Busca fechas de registro, ubicación y datos de contacto de usuarios
	<b>Spokeo</b>	Búsqueda de personas por nombre, e' mail o teléfono
	Hoverme	Muestra perfiles de usuarios en redes y medios sociales
	Identify	Crea perfil a partir de medios y redes sociales
	Klout	Mide influencia de usuarios en redes sociales a través de tuits
<b>Lugares</b>	<u>Google Maps</u>	Opciones de visualización, como "Street View"
	<u>Panoramio</u>	Panorama de fotos geo-localizadas
	<b>TinEye</b>	Permite averiguar el origen de una imagen (original o copia)
<b>Imágenes</b>	<b>Búsqueda de imágenes en Google</b>	Se usa la URL de una imagen para encontrar imágenes relacionadas
	<b>Foto Forensics</b>	Analiza el nivel de error para indicar las partes de una imagen que pueden haber sido alteradas

Realizado a partir de Emergency Journalism, (2012)

Otros expertos, recomiendan a los comunicadores algunas alternativas, a la hora de verificar una información, como hacer preguntas, seguir procedimientos, revisar el contenido:

Paul Bradshaw (2011) indica que en caso de tomar una información de las redes sociales se debe preguntar: ¿Desde cuándo existe la cuenta?, ¿Cuál

fue la primera cuenta que siguió?, ¿a quién se dirige en sus menciones? De esa manera se obtiene una noción de veracidad, y en caso de ser factible, lo más recomendable es **dirigirse directamente a la persona**.

Jaroslav Valuch, (2011) bajo la misma situación, destaca la necesidad de revisar la red de los seguidores de las cuentas, así como en el contenido de los tweets. Al igual que Bradshaw, el consejo final es contactarse con la persona.

Craig Kanalley, (2011) **refiere que se debe prestar atención al contenido de la información posteado en la red social, debido a que por ejemplo** la mayoría de usuarios publica varios tweets relacionados al evento, y no solo uno.

Andy Carvin, (2011) **afirma que se debe** interactuar directamente con las fuentes a través de Skype, el correo electrónico y otros medios para obtener información. Carvin habla con las fuentes, y no duda en pedir ayuda a sus seguidores para confirmar datos. A su criterio, la conversación y la interacción son en muchos casos la mejor forma de avanzar hacia la verificación.

En el blog ALT 1024 (2015) se enfatiza que las redes sociales virtuales innovan la forma de hacer periodismo, y que cada usuario es fuente de información. Sin embargo no todo lo que circula en estas redes es verídico. De aquí surge la interrogante que si las redes sociales convierten a todos los usuarios en fuentes de información, entonces, ¿cuál es el papel de los periodistas y medios de comunicación antes de que esa información se convierta en una noticia? En este marco, se debe destacar la responsabilidad social que tienen los periodistas y los medios de comunicación de llegar a la ciudadanía con noticias reales, veraces y debidamente contrastadas.

En contexto, se deduce que el nuevo rol de los periodistas y medios de comunicación es el de verificar y filtrar la información veraz, a fin de emitir a su público noticias reales. Sin embargo, algunos medios pasan por alto esos lineamientos por la premura de dar la primicia, pero cuando se hace público el material noticioso, son los mismos usuarios virtuales, los que sacan a la luz esta negligencia cometida por periodistas y medios de comunicación que deben trabajar con el concepto de responsabilidad social.

El blog, cita:

El 3 de julio de 2015, dos medios reconocidos redactaron y publicaron una noticia con una fuente inexistente, se trataba de la cuenta falsa creada a nombre del jugador español Juan Miguel Callejón en Facebook, que utilizó una imagen de hace dos años, compartida el 24 de agosto de 2013, tomada de la cuenta oficial del futbolista en Instagram. El jugador no tiene perfil en Facebook, reveló el periodista Roberto Acosta y lo verificó en comunicación con el futbolista. El deportista tampoco tiene ninguna cuenta personal en Twitter, sin embargo, existen varios perfiles

de sus fans, uno de ellos, que es seguido por su hermano José Callejón (@J21Calleti, cuenta oficial), señala que “JUANMI NO TIENE TWITTER”. Entonces, cualquier anuncio sobre su futuro laboral lo hubiera hecho desde Instagram.

Esta referencia, es solo una muestra de los tantos errores periodísticos que se han cometido de parte de ciertos comunicadores, que lejos de acudir al origen de la información, toman como única fuente la que circula en las redes sociales, difundida la mayoría de las veces por personas que no tienen conocimientos periodísticos y menos sentido de la responsabilidad social que genera el compartir información a la comunidad.

### **Se reflexiona entonces: ¿Cómo verificar la autenticidad de una cuenta en una red social, fuente primaria, en el periodismo?**

El mismo blog, señala, las nueve maneras de verificar la fuente informativa en las redes sociales:

Tabla 3. Características para la verificación de la información

<b>ELEMENTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Las cuentas institucionales</b>	Indicador que puede indicar el origen y autenticidad de las redes sociales
<b>Número de seguidores</b>	Puede indicar la cantidad de seguidores que el protagonista de la información tiene en las redes sociales.
<b>Antigüedad de la cuenta</b>	Cuánto más antigua sea la cuenta, habrá mayor posibilidad de verificar
<b>Mensajes publicados</b>	Verifica si todo el contenido publicado, como textos, foto, publicados en la red pertenecen a otra cuenta.
<b>Blog o la web y otro perfil en diferente red social</b>	Veracidad del blog, o la página web que publica la información. Si la fuente tiene o no otros perfiles.
<b>Consulta directa a fuente</b>	De ser posible verificar directamente con la fuente, o con su entorno real para verificar la autenticidad de la noticia.
<b>La propia red social</b>	La cuenta virtual está verificada por la red, si a lado del nombre aparece un visto
<b>Bio</b>	Verifica si la foto publicada tiene enlace a otras cuentas
<b>Interacción virtual</b>	Comprobar el número de seguidores de la cuenta

Realizado a partir de blog ALT 1024

Ante la demanda social de verificación de la información que circula en las redes sociales, Google como padre de las redes sociales estableció sus propias herramientas para verificar que lo que se emita y use en la red con carácter informativo, cumpla con la veracidad y la responsabilidad que la actividad comunicacional requiere.

Dicho motor de búsqueda anunció en América Latina (2017) su etiqueta de "verificación de hechos" en Google Noticias. Se trata de un mecanismo que otorga mayor credibilidad a los textos a partir del trabajo de organizaciones específicas que realizan "rigurosas comprobaciones" de la información publicada:

Los usuarios en estos países podrán ver los artículos etiquetados en la caja de historias ampliadas en [news.google.com](https://news.google.com) y en las aplicaciones de Noticias y Tiempo de Google para iOS y Android. La etiqueta también está disponible en el modo de noticias de las búsquedas.

Es decir, cuando se hace un clic en la pestaña 'Noticias' se activa los artículos con comprobación y una etiqueta de 'Verificación de hechos' aparecerá junto a ellos. Dicho mecanismo fue implementado desde octubre de 2017, en Estados Unidos y Reino Unido, luego en Alemania y Francia, y ahora llega a los países de la región Latinoamericana. Esta medida de comprobación es posible gracias a acuerdos con medios de verificación de hechos, realizados con Brasil, México y Argentina.

Richard Gingras, (2017), vicepresidente de Google News, señaló que la verificación de los hechos, se ha convertido en los últimos años en un área del periodismo de rápido crecimiento para las organizaciones de noticias tradicionales y nuevas. Gingras agrega:

Esperamos llevar la etiqueta de verificación de hechos a otros países de la región. Estamos muy contentos de ver el crecimiento de la comunidad de comprobación de hechos en América Latina y queremos destacar el importante trabajo que hace para distinguir la realidad de la ficción, la sabiduría del sesgo.

## **METODOLOGÍA**

Los objetivos planteados para esta investigación fueron: a) Analizar las fuentes de confirmación de la información utilizadas por los comunicadores sociales. b) Identificar los procedimientos para el contraste de la información en otros países. c) Diseñar una propuesta de aplicación profesional para la verificación de la información, procurando la responsabilidad periodística.

El enfoque de la presente investigación fue cualitativo, para lo cual se realizó la revisión bibliográfica, recolección y estructuración de datos informativos, clasificando sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, utilizando como método teórico la investigación analítica, la

cual permitió profundizarse en los parámetros del problema planteado y la aplicación de los marcos legales pertinentes, que regulan este tipo de actividad comunicacional.

Las técnicas de recolección de información, además, se realizó a través de grupos focales a profesionales de la comunicación, directores, editores, periodistas, gestores de redes sociales (que utilizan los datos noticiosos publicados en las redes sociales como insumo de trabajo diario) a quienes se aplicó un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas sobre el uso de redes y la verificación de información.

## **RESULTADOS**

Las edades de los participantes del grupo focal para esta investigación fueron el 17% entre de 26 y 36 años el 17% y el 83% restante entre 36 a 46 años, 40% varones y 60% mujeres, 15% propietarios, 15% directivos y 70% empleados de medios de comunicación, lo cual demuestra que en su mayoría eran periodistas con varios años laborando en medios y en mayor número del sexo femenino.

Respecto al medio en que laboran, el 5 % indicó que trabaja en medio impreso, el 20% en medio televisivo, el 30% en digital y el otro 45% trabaja en medio radial. El 15% respondió que utiliza poco las redes sociales y el 85% las usa mucho. Cifras que refieren el creciente uso de las redes sociales para la generación de la información y la alta presencia de los medios radiales, quienes también hacen un alto uso de las redes para buscar información.

El 55% de ellos indicaron que utilizan Twitter como fuente de información, el 25% refirió que utiliza Facebook y el 20% restante indicó que otras redes, lo cual revela la alta preferencia por la red social Twitter como plataforma comunicación de la que realizan consulta los periodistas.

Se les consultó también en qué grado, el uso de las redes aporta a la elaboración de la información que se difunde en los medios de comunicación, versus las fuentes tradicionales: el 15% lo ubica en el nivel 2, otro 15% en el nivel 3, mientras que un 35% escogió el nivel 4 y otro 35% el 5. Este resultado demuestra que el 70% de los comunicadores sociales consideran que dicha herramienta digital, como son las redes sociales, son de gran aporte y soporte como fuente informativa, para la mayoría de los periodistas a la hora de generar noticias.

En lo que respecta a la garantía que da el uso de internet en la obtención de datos más actualizados: el 4 % lo coloca en un nivel 3, el 40% lo coloca en el nivel 4 y el 40% restante indica también un grado de importancia de 5. Es decir que el 80% de los periodistas considera que existe un elevado aporte de internet otorgando datos más actualizados.

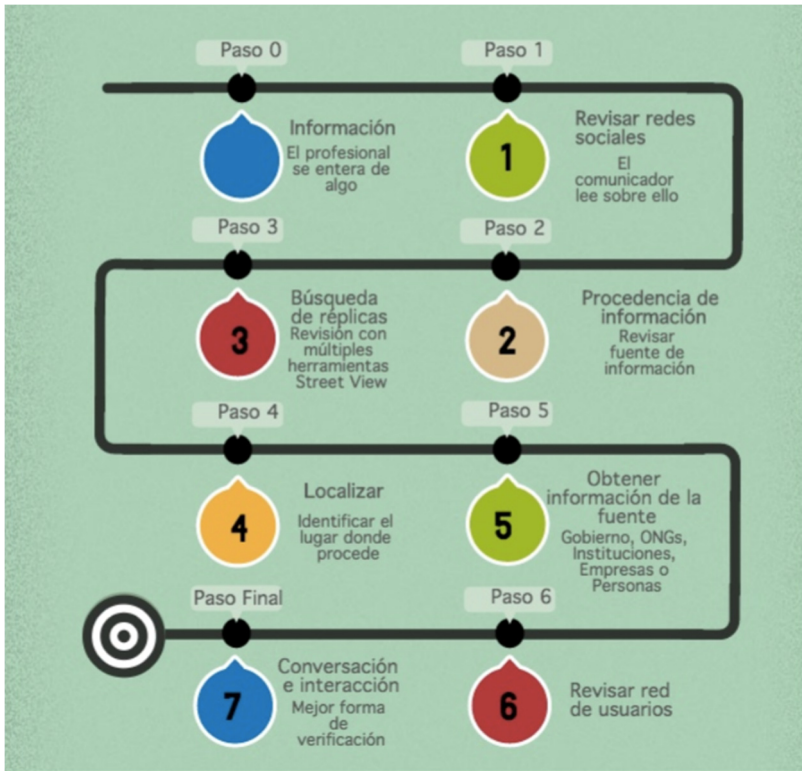
Sobre la verificación de información revisada u obtenida en red, el 10% respondió que no la verifica y el 90% sí, y el 100% de los participantes, considera que las redes sociales, acelera en la actualidad la producción de noticias; lo cual demuestra que existe un gran porcentaje de comunicadores con responsabilidad social.

Al consultar si consideran que existe un manejo irresponsable en el uso de las redes sociales para la elaboración de noticias, el 5% lo ubicó en el nivel 1, el 10% en el 2, 40% en el 3, 10% en el 4 y 35% en el 5. Esto demuestra que existe un gran número de periodistas que refiere que existe un manejo irresponsable en el uso de las redes sociales para la generación de información.

Con los datos obtenidos se puede indicar la vinculación actual del periodista con las redes y la progresiva necesidad de hacer uso del internet para la obtención inmediata de información, sin embargo también se consideró que dichos datos deben pasar por un filtro que permita revisar la veracidad de los mismos.

Es así que como último elemento se recopiló formas de verificación de datos de los periodistas participantes en sus medios de comunicación y sugerencias para el comunicador social que encuentra información en las redes sociales, en base a los cuales se elaboró la propuesta de verificación de la información para la praxis de un periodismo responsable:

Figura 1. Proceso de verificación de la información



Realizado por las autoras en base de las opiniones y sugerencias expresadas por los participantes del grupo focal de periodistas participantes en la presente investigación.

## CONCLUSIONES

Es viable y pertinente usar las redes sociales como una de las fuentes de información para el periodismo actual, debido a que la globalización y la tecnología del siglo XXI, permite de manera más rápida y efectiva obtener datos.

El profesional de la comunicación debe investigar, verificar y contrastar todo dato informativo que llegue a sus manos a través de las redes sociales, para garantizar que la información final que llegará a la ciudadanía será veraz y confiable.

Siete pasos son necesarios para verificar la información para la praxis de un periodismo responsable: Revisar redes, observar procedencia de información, búsqueda de réplicas, localización geográfica, obtener información de la fuente, revisar la red de usuarios y la conversación e interacción directa con la persona o fuente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blog ALT 1024 (2015) Nueve pistas para verificar una fuente primaria de información en las redes sociales. Obtenido de: <https://alt1024.wordpress.com/2015/07/03/9-pistas-para-verificar-una-fuente-primaria-de-informacion-en-las-redes-sociales/>
- Bradshaw, P (2011). Periodistas dan consejos para la verificación de datos. [clasesdeperiodismo.com/2011/06/05/](http://clasesdeperiodismo.com/2011/06/05/)
- Brewer, D. (2012) Media Helping Media, para la IJNET
- Carvin, A (2011). Consejos de periodistas para la verificación de datos. Recuperado de: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/06/05/>
- Domínguez, R (2015). Periodismo Plataforma
- Emergency Journalism, (2012). Herramientas de verificación de datos
- **García, G** (2014). CareerCast. Disponible en: <http://www.marcespin.com/> [6/05/ 2015]
- Hernández, R. (2015). El periodista. Revista Alicia Comunicación.com
- Iñaki, G.. (2012). **¿Qué es el periodismo?** Disponible en: <http://www.marcespin.com/> [6/05/ 2015]
- Kanalley, C (2011). Consejos de periodistas para la verificación de datos. Recuperado de: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/06/05/>
- Pujol, R. (2015). Las redes sociales en periodismo. Revista Alicia Comunicación.com
- Red, Ética y Periodismo (2013) El periodismo ético se resumen en 5 principios: EJN – Ética Segura
- Valuch, J (2011). Consejos de periodistas para la verificación de datos. Recuperado de: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/06/05/>
- **Vargas Llosa, M.** (2006) **Diario El País.** Disponible en: <http://www.marcespin.com/> [6/05/ 2015]
- **Verbitsky, H (2015). Introducción al Periodismo.**
- Wordpress.com (2013). Cronología de la evolución de las comunicaciones. Obtenido de: <https://nuestracultura13.wordpress.com/2013/02/11/cronologia-de-la-evolucion-de-las-comunicaciones/>