

Universidad Nacional de La Plata
Facultad en Periodismo y Comunicación Social

Especialización en Comunicación Digital

Trabajo Integrador Final

**Fact Checking en tiempos de pandemia: el rol de AFP factual y Fast Check CL en la
verificación de información**

Alumna: Andreina Vanessa Céspedes Flores

Director: Dr. Orley Duran

Diciembre de 2022

Fact Checking en tiempos de pandemia: el rol de AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información

Alumna: Andreina Céspedes

Director: Dr. Orley Duran

Fecha noviembre de 2022

RESUMEN

El fact checking, conocido en español como la verificación de hechos, es un género periodístico que ha ganado importancia en los últimos años ante la proliferación de información falsa, especialmente en las redes sociales. Esto quedó en evidencia durante la pandemia, debido a la incertidumbre y las pocas respuestas relacionadas con el Covid-19, lo que algunos agentes aprovecharon como un caldo de cultivo para la desinformación. Mediante el presente estudio titulado “Fact Checking en tiempos de pandemia: el rol de AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información” se busca indagar en los procesos de esta labor y cómo los medios debieron adoptar nuevas prácticas en medio de una inédita crisis sanitaria. Para ello, se utilizó la modalidad de caso de estudio, ya que permite documentar, interpretar y valorar un problema, en el contexto de su desarrollo; con un enfoque mixto, es decir cuanti-cualitativo. La idea es explorar a profundidad las etapas de los procesos de verificación, así como también el aporte que significan para la libertad de expresión.

Palabras claves: Periodismo, Fact checking, comunicación, pandemia, desinformación

ÍNDICE

	P.P	
RESUMEN		ii
INTRODUCCIÓN		6
 CAPÍTULO I:		
Contexto de la investigación:		8
Antecedentes		
Justificación de la investigación		13
Objetivos de la investigación		14
 CAPÍTULO II:		
Estado del Arte		16
Variables conceptuales		18
<i>Fake news</i> y posverdad		18
Capital informacional		19
Trastorno de información		20
 CAPÍTULO III		
Marco Metodológico		22
Diseño de investigación		22
Técnicas e instrumentos de recolección de datos		23
 CAPÍTULO IV		
La historia detrás de AFP Factual y Fast Check		25
AFP Factual		25
Fast Check CL		25
Desarrollo de la investigación: AFP Factual y Fast Check		26
Análisis de los temas abordados en el contenido de AFP Factual y Fast Check CL		28
Análisis de la procedencia de la información publicada en AFP Factual y Fast Check CL		31
Análisis del tipo de contenido publicado en AFP Factual y Fast Check CL		34
Análisis de las verificaciones de AFP Factual y Fast Check CL		37
Entrevistas:el proceso de verificación de AFP Factual y Fast Check CL		40

Criterios de selección	40
Herramientas de verificación	41
Pandemia y reflexiones	44
CAPÍTULO V	
Conclusiones	46
Recomendaciones	47
ANEXOS	49
BIBLIOGRAFÍA	50

LISTA DE FIGURAS

	P.P	
Gráfico 1		28
Gráfico 2		31
Gráfico 3		34
Gráfico 4		37
Imagen 1		38
Imagen 2		39

INTRODUCCIÓN

El fact checking o el periodismo de verificación de hechos vivió un auge a partir del año 2.000 con el nacimiento de iniciativas que buscaban corroborar, principalmente, las declaraciones realizadas por actores políticos. Sin embargo, el propósito de esta labor es mucho más amplio, ya que pretende combatir la desinformación y ayudar a la sociedad a tomar decisiones informadas.

Si bien el internet y las redes sociales han acercado a la gente —que antes tenía opciones limitadas para acortar distancias como la comunicación telefónica— también se han convertido en escenarios ideales para la difusión de contenido falso, producto de la capacidad que ofrecen para alcanzar una gran cantidad de personas en pocos minutos, las carencias de herramientas inmediatas que permitan al usuario ver las fuentes, el reforzamiento de sesgos, entre otros factores.

El impacto que provocan las denominadas *fake news* ha quedado en evidencia en escenarios como el referéndum sobre el Brexit. De acuerdo con una investigación del canal local Channel 4 News, un grupo a favor de la salida del Reino Unido de la Unión Europea contrató a actores para hacerse pasar por inmigrantes y organizó fotos de ellos atacando a mujeres en Londres.

Un caso similar ocurrió en la campaña del presidente estadounidense, Donald Trump en 2016. En aquella ocasión, el entonces candidato centró sus mensajes en contra de los inmigrantes, difundió afirmaciones falsas y sacó otras de contexto. Ya en 2020, la pandemia del Covid-19, una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2, sirvió como escenario para propiciar falsas curas, alimentar el discurso contra las vacunas y teorías de conspiración.

En el contexto de incertidumbre, de dudas y preguntas sin respuesta, la información sin respaldo científico o poca rigurosidad en la verificación de las fuentes se volvió frecuente por estas plataformas, convirtiéndose en un riesgo para la salud pública.

Para tratar de hacer frente a este escenario, sitios web dedicados al periodismo de verificación comenzaron a recopilar contenido, contrastarlo, con miras a entregar resultados basados en diversas fuentes de confianza y que cada persona pudiera acceder al respaldo que se usó en el proceso.

Dos de ellos son AFP factual y Fast Check CL, los cuales utilizan sus redes sociales y páginas web para este fin. AFP Factual, perteneciente a la Agence France-Presse, nació en 2018 y actualmente cuenta con equipos en Colombia, México, Argentina, España Uruguay y Chile.

En tanto, Fast Check CL es un proyecto chileno independiente, financiado con aportes de donaciones, que partió en 2019 a raíz del estallido social que vivió el país. Se trató de una serie de manifestaciones y disturbios que iniciaron en octubre de ese año, que se desencadenaron producto del aumento en el pasaje del metro, pero sirvieron para dejar en evidencia otras razones de descontento social.

En medio de dichas jornadas, Fast Check CL trató de convertirse en una ayuda para diferenciar qué era cierto y qué no. Mediante esta investigación, el objetivo será analizar los mecanismos utilizados por AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información relacionada con la pandemia del Covid-19, entre marzo de 2020 y mayo de 2021.

Para este propósito, se utilizó la técnica de análisis de contenido, que ayude a profundizar en el funcionamiento detrás de estos medios.

CAPÍTULO I

1.1 Contexto de la investigación: Antecedentes

Los procesos informativos y comunicativos constituyen uno de los temas más frecuentes de estudio entre las ciencias sociales, ya sea por la complejidad o los múltiples fenómenos que intervienen en su desarrollo. Desde sus orígenes, la habilidad de expresarse ha sido intrínseca al ser humano, que hace uso de ella tanto para adaptarse a la sociedad como en la difusión de datos que contribuyen en la construcción de identidades o aprendizajes.

Al igual que el lenguaje, que ha evolucionado desde hace millones de años, la comunicación ha modificado sus formas y conceptos. Watzlawick et al. (1985) planteaban que no sólo era una manera de hacer saber algo, sino además de imponer conductas. “El aspecto referencial de un mensaje transmite información y por ende la comunicación humana es sinónimo de contenido. Puede referirse a cualquier cosa que sea comunicable al margen de que la información sea verdadera y falsa” (p.52).

En tanto, Villar (2009) explica que esta acción parte “en la actitud o voluntad explícita o implícita de comunicar, de persuadir, de seducir del actor-emisor que codificará el mensaje según el medio a emplear y pondrá en funcionamiento ese medio para que el contenido del mensaje pase al actor-receptor” (p.54).

Pese a las variaciones que han surgido y las múltiples definiciones que existen en torno a este proceso, uno de los aspectos que es constante es el mensaje. Este factor es tan relevante como lo es el emisor-receptor o el conocimiento de los códigos empleados; si alguno de ellos falla el resultado no será efectivo.

Ahora bien, de la misma manera que el acto de comunicarse forma parte de la dinámica humana, también lo es la necesidad de estar al tanto de lo que acontece en el entorno. Por consiguiente, para la construcción de dicho mensaje es fundamental la información, que a diferencia de los enunciados anteriores no requiere necesariamente una retroalimentación.

La información condiciona la generación y la gestión del nuevo conocimiento y posibilita la formalización de este último; en esto reside su sentido pragmático, es decir, en su materialización en noticias, informes de investigación, objetos u otros que permiten la generación y comunicación del conocimiento. (Goñi, 2000, p.204)

En consecuencia, va ligada a que los datos tengan un valor agregado y a las formas en que éstos se canalicen para que realmente sean un aporte para el receptor. Existen múltiples formatos para entregar la información, pueden estar adaptados a un público en específico, al contexto, a los mecanismos de expresión, incluso a la ciencia en la que se desenvuelve. Por ello, para Goñi, la relación con el conocimiento, el pensamiento y el lenguaje es indisoluble.

En este sentido, es común que las noticias figuren entre las primeras asociaciones que realizan las personas cuando se escucha el término. Porque hitos tan importantes como la invención de la imprenta en 1.440, por parte del alemán Johannes Gutenberg, sirvieron de precedente para dejar claro que a veces no es suficiente con transmitir, sino la capacidad de influir.

Su creación no sólo permitió agilizar la reproducción de textos, que antes eran exclusivos de la élite y la iglesia, sino que además volvió masivo el alcance de la información, el conocimiento y las imágenes. Así continuó creciendo en el siglo XX, con la prensa escrita, pasando luego a la incursión de la radio y la televisión, que permitieron la masificación de la publicidad, propaganda, entretenimiento y especialmente, las noticias.

Para Califano (2015) estas dan pie a la construcción de realidades, a la discusión, “ello no supone que los medios de comunicación sean los únicos que influyen sobre los individuos en la comprensión del mundo cotidiano, pero sí sugiere que las noticias imprimen a los sucesos su carácter público” (p.67).

De ahí que, en la labor de construcción de la narrativa, el comunicador/ periodista debe utilizar su criterio en establecer qué considera importante para dar a conocer, así como métodos consistentes de verificación que le permitan descartar el contenido falso. Este último punto siempre ha existido y ha sido una lucha constante en el ejercicio periodístico, no obstante, el internet ocasionó un impacto radical.

Ahora, las personas no son sólo espectadoras, sino que tienen la capacidad de participar en la dinámica informativa, en una diversidad de formatos como videos, audios, fotografías, textos, transmisiones en vivo y con la posibilidad de una rápida divulgación. Bernabé (2017) plantea que:

Internet permite a los periodistas -y a la ciudadanía- acceder a fuentes de información haciendo ahorrar tiempo y dinero. La flexibilidad de los formatos en línea permite además a las salas de redacción dedicar los recursos a la investigación y elaboración de informaciones en lugar de a la impresión y circulación. (p.56)

En este contexto, las redes sociales han jugado un rol trascendental para la transformación pues herramientas como Twitter y Facebook se han convertido en un complemento del periodismo, al permitirle llegar a gran cantidad de datos o imágenes que puedan derivar en una historia. Sin embargo, también son el principal escenario de la difusión de las denominadas noticias falsas, precisamente, por el potencial que tienen de alcanzar a muchas personas en poco tiempo.

Mediante estas mismas plataformas y con la llegada de la revolución digital —como se suele denominar a la incorporación cada vez más acelerada de la tecnología y los cambios que genera en en la sociedad— es que comenzó a popularizarse el uso del término *fake news* (noticias falsas). Incluso, en 2017 los editores de los diccionarios Oxford la escogieron como la palabra del año por la repercusión que tuvo en los comicios presidenciales de 2016, en los que resultó electo Donald Trump, producto de las constantes afirmaciones falsas o sacadas de contexto que realizaba el entonces candidato.

Lo cierto es que la evidencia de este tipo de contenidos había llegado años antes a la palestra. Richter (2018) enumera tres momentos claves que dejan en evidencia el uso extendido de esta práctica y su influencia: el referéndum sobre el Brexit (junio de 2016), donde se propagaron discursos nacionalistas, prejuiciosos y xenófobos contra inmigrantes, en los que se indicaba que las personas quedarían sin trabajo si el Reino Unido no abandonaba la Unión Europea; el referéndum por el que se objetaron los acuerdos de paz con la Farc en Colombia (octubre de 2016), en el que se difundieron falsos métodos para alterar votos y que un resultado favorable acercaría al país a un comunismo extremo (Castro chavismo) y las ya mencionadas elecciones presidenciales en Estados Unidos (noviembre de 2016).

El investigador considera que los procesos electorales son un caldo de cultivo para estos fines, por ello, en los tres acontecimientos destacaron la propagación de contenido desinformativo y el uso de programas automatizados (bots) con fines de manipulación.

“Las *fake news* no se crean por diversión, sino para obtener un beneficio. Y este puede que sea económico, político o ideológico” (Amorós, 2018). En su publicación, el autor indica que algunos actores han conseguido ganar dinero por la divulgación extendida de estas o influir en la sociedad para que siga determinada línea ideológica en un momento álgido.

En este escenario, los profesionales de la comunicación han debido enfrentar los retos de un periodismo multiplataforma. En este, ya no se espera para publicar la primicia hasta el día

siguiente, pero al mismo tiempo existe una exigencia de inmediatez, por lo que la gran cantidad de información a la que están sometidos, puede derivar en falta de rigurosidad en sus labores.

Mayoral et al. (2019) señalan que para combatir este creciente fenómeno de desinformación los profesionales de la información serán útiles siempre que mantengan la premisa de transmitir certidumbre y veracidad en su trabajo.

En un mundo en el que cualquiera puede opinar sobre cualquier asunto, en un mundo hiperconectado y en el que las redes sociales multiplican la difusión de toda clase contenidos, los medios periodísticos y los periodistas cobran sentido –y se convierten en imprescindibles– si generan confianza, si se comprometen a comprobar o verificar todo cuanto publican. (p.405)

A raíz de una mayor necesidad de diferenciar entre lo que es mentira y lo que es real, se han fortalecido las iniciativas de verificación de hechos o *fact-checking*. Si bien el periodismo está en la obligación de acudir a múltiples fuentes, investigar, contrastar informaciones en la construcción de historias, el enfoque en la verificación de datos busca entregar un análisis sobre la veracidad de declaraciones, discursos políticos o contenido de interés en la opinión pública que ya está divulgado, ofreciendo la posibilidad de que el usuario vea los detalles y las referencias que permitieron llegar a una conclusión.

De acuerdo con Fabry (2017) existió una inconformidad colectiva en los periodistas estadounidenses luego de la carrera presidencial de 1988, relacionada con el hecho de haber dejado afirmaciones sin cuestionar. En 2003, con la guerra en Irak, aumentó la sensación de que era fundamental comprobar las declaraciones de los políticos más aun con el auge del internet. A partir de este hecho histórico, investigaciones de medios como la BBC o DW advirtieron de las invenciones y mentiras para impulsar el discurso de que el país árabe representaba una amenaza por sus armas de destrucción masiva.

A partir de allí, no pararán de crecer este tipo de iniciativas. Una de ellas es FactCheck.org, pionera en ese país y creada en 2003 en la Universidad de Pensilvania con el foco en reducir el nivel de engaño y confusión en la política estadounidense. Para ello, se fundamenta sistemáticamente en transcripciones y videos en busca de declaraciones basadas en hechos y, ante una sospecha que puede ser inexacta, se comunican con el emisor del mensaje. Si resulta precisa, se descarta la publicación de algún contenido relacionado.

Otro ejemplo es Politifact.com, que comenzó en 2007 como un proyecto del año electoral del Tampa Bay Times (entonces llamado St. Petersburg Times), el diario más grande de Florida. Su énfasis, como en aquel entonces, está en las declaraciones de autoridades u otros voceros políticos. En esta misma línea está Désintox, la sección de verificación de datos de Liberation se creó en 2008, para el escrutinio de discursos de funcionarios o políticos. En su proceso de selección de contenido, están las denuncias recopiladas o vistas en medios de comunicación con el fin de ampliar el contexto.

Graves & Glaisyer (2012) establecen que los verificadores contribuyen a reducir el nivel de engaño; otorgan un contrapeso a la desinformación porque anima a la gente a cuestionarse situaciones engañosas; incentiva a periodistas a ir más allá del discurso de los actores políticos y, en este sentido, exponerlos para que se retracten de ser necesario y evitar que recurran a lo misma práctica en un futuro.

No obstante, más allá del ámbito político, estas plataformas también han mostrado su relevancia con la irrupción de la pandemia del Covid-19, que comenzó en diciembre de 2019 derivada de la enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2, y que obligó a los Gobiernos a tomar estrictas medidas sanitarias como las cuarentenas para evitar la rápida propagación y saturación de los centros de salud. Sumado a los sitios web dedicados exclusivamente a ello, otros medios de comunicación digitales se han abocado a la tarea de verificar la cantidad de información viral que circula en redes sociales referente a vacunas, el virus, forma de curarlos.

Ante la tarea titánica que han ejercido desde entonces los verificadores, resulta pertinente analizar a profundidad los mecanismos utilizados en el proceso. Para ello, se seleccionaron dos medios enfocados exclusivamente a esto: AFP factual— perteneciente a la Agence France Pres, una de las agencias internacionales más importantes del mundo — y Fast Check CL, una página web independiente chilena.

Esta investigación permitirá vislumbrar los puntos en común, las diferencias y las estrategias que aplica cada uno al momento de revisar exhaustivamente la información recopilada de medios tradicionales y redes sociales, con un foco en la narrativa transmutada para determinar cómo combinan dicho relato con elementos multimedia. Así, no sólo se dará a conocer cómo funcionan las páginas de verificación de datos, sino también cómo se han convertido en indispensables para fomentar una sociedad crítica.

1.2 Justificación de la investigación

La desinformación es un fenómeno de larga data, pero que se ha comenzado a visibilizar aún más con el internet, mediante la difusión sistemática de las llamadas noticias falsas. Este contenido no es un tema para tomarse a la ligera, ya que el receptor está expuesto al engaño, posverdad y manipulación, muchas veces con fines económicos.

“Leer y creer *fake news* se carga nuestra salud informativa. Una sociedad con mala salud informativa vive condenada a la ceguera. Si llegamos al punto en que no podemos confiar en las noticias, sólo nos creeremos las que reafirmen nuestro pensamiento” (Amorós, 2018).

En este sentido, la profesora Ana María Castillo, periodista y doctora en Comunicación, ahondó en el impacto de la desinformación en los individuos en entrevista con el sitio web de la Universidad de Chile. “Ya no se trata solo de tener diferentes visiones u opiniones, sino que hay personas que se plantean desde argumentos distorsionados, por lo tanto, el diálogo equitativo se dificulta y termina siendo confuso” (Uchile, 2022, párr. 8).

En un ambiente donde no hay espacio a ideas, donde el debate se vuelve ajeno, es inminente el surgimiento de escenarios polarizados o posturas radicales, tal como ha ocurrido recientemente en medio de la pandemia por el Covid-19 en aspectos como el surgimiento del virus o las vacunas.

De hecho, la Organización Mundial de la Salud (OMS) acuñó el término infodemia para referirse al exceso de información falsa, una definición que ha resurgido en medio de la contingencia sanitaria.

Esta situación no sólo se concentra en las redes sociales. En la necesidad de dar una respuesta o generar contenido, los medios tradicionales—principalmente mediante sus páginas web—han incurrido en esta práctica de publicar notas con poca rigurosidad. Algunos de los ejemplos fueron abordados en este trabajo, tales como la noticia de que Cristiano Ronaldo decidió convertir sus hoteles en hospitales para pacientes con covid, lo que resultó ser falso. Esta fue difundida por medios españoles (El Español, Telecinco, ABC); argentinos (ABC Diario); peruanos (Agencia Peruana de Noticias). De igual modo, se extendió a otros idiomas, entre ellos francés e inglés.

Otra mención es la del subsidio que haría Japón al turismo por la crisis de Covid, una información engañosa, ya que el país no pretendía pagar “la mitad del viaje” a los visitantes

como señalaron El Confidencial, Excelsior o Clarín de Argentina. El beneficio sólo estaba pensado para residentes y traslados dentro del territorio nacional

Chaccour (2020) plantea que el problema “estriba en que, movidos por el sentimiento de urgencia, los periodistas y su público se han precipitado a compartir nuevos hallazgos o hipótesis, independientemente de la calidad de los datos en los que se basaran” (p.3).

En este sentido, es importante destacar el rol que están ejerciendo los medios dedicados a la verificación de datos, por lo que es necesario acercarlos a la comunidad, para que entienda parte de los procesos que siguen, ayudarla a detectar contenido dudoso y generar relaciones de confianza.

Este estudio nace con la idea de visibilizar que hay proyectos de grandes empresas, y otros independientes, con el mismo objetivo: hacerle frente a este problema. Son iniciativas que buscan que la sociedad obtenga información de calidad, que vuelva a hacerse preguntas, se cuestione a sí misma, aunque le parezca incómodo.

Para ello, se eligió AFP factual y Fast Check CL, uno que forma parte de una agencia de noticias y otro independiente financiado por sus usuarios, respectivamente. De esta forma, será posible visibilizar si hay grandes diferencias en sus procesos, en el tiempo que dedican y en la calidad de contenidos que ofrecen.

En tanto, el periodo escogido entre marzo de 2020 y mayo de 2021 está fundamentado en dos hitos de relevancia; los primeros casos de Covid en América del Sur (Argentina, Chile, Uruguay, Perú) reportados en dicho mes del año pasado y los avances de la vacunación, en medio de rumores, desinformación y datos inexactos.

Al final, el propósito es destacar que la labor del *fact-checking* representa una contribución en el día a día, pero en tiempos como los actuales es indispensable, ya que tomar una decisión informada en temas de salud pública, puede hacer la diferencia entre la vida y la muerte.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general:

-Analizar el rol de AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información relacionada con la pandemia del Covid-19, entre marzo de 2020 y mayo de 2021.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Describir el fenómeno de desinformación y posverdad surgido en las redes sociales con la llegada de la pandemia del Covid-19
- Interpretar el contenido de los artículos publicados por AFP factual y Fast Check CL, durante el periodo de marzo de 2020 y mayo de 2021, para entender los procesos de verificación de hechos durante la pandemia
- Comparar el estilo de las publicaciones realizadas por AFP factual y Fast Check CL en el periodo establecido, con el fin de establecer sus métodos de trabajo
- Explicar el proceso de verificación de información realizado por AFP factual y Fast Check CL en el periodo de la pandemia

CAPÍTULO II

2.1 Estado del Arte

La verificación de información se ha convertido en una herramienta importante entre los medios de comunicación a raíz de la revolución que trajo el internet y las redes sociales. Mediante este procedimiento, el público puede tener fácil acceso a fuentes de información que confirmen o descarten versiones de acontecimientos de interés colectivo.

Si bien inicialmente el *fact-checking* tuvo un enfoque más bien político, en la actualidad es multidimensional, ya que la necesidad de entregar respuestas de calidad ha llevado a estas plataformas a abordar distintos frentes. Incluso, algunas han preferido dedicarse exclusivamente a un área con la intención de filtrar entre la gran cantidad de contenido circulante.

Clavero y Rodríguez (2021) hacen énfasis en que “propicia el desmontaje de temas proclives a la manipulación, como la salud” (p.2).

Este tópico fue de especial relevancia desde finales de 2019 por el inicio de la pandemia. Vegas et al (2020), a través de su trabajo “Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la Covid-19”, analizaron cómo 8 organizaciones de Hispanoamérica utilizaron Twitter como herramienta para combatir la desinformación en el contexto de la contingencia.

Para este fin, tomaron en cuenta el volumen de las publicaciones, las cifras de retuits y favoritos en esta red social, las etiquetas y la enumeración de los contenidos con mayores números de interacciones, todo ello estudiado mediante la técnica del análisis de contenido.

Mediante la herramienta de monitorización y análisis de redes sociales Twitonomy, pudieron verificar que Agencia Lupa, Chequeado, Maldita.es, Newtral, ColombiaCheck, Ecuador Chequea, El Sabueso-Animal Político y Cotejo crearon etiquetas personalizadas, publicaron constantemente en el desarrollo de la crisis sanitaria, siendo los temas relacionados con el coronavirus los que concentraron el interés de las audiencias.

Con un motivo similar, Peña et al (2021) lideraron el estudio “Fact checking durante la Covid-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia”. La idea era establecer una comparación entre la difusión de los llamados bulos, así como los elementos que contribuyen en que estos lleguen al público, por lo que escogieron dos

plataformas: Maldita.es y Open, entre finales de enero hasta los últimos días de mayo de 2020.

En cada una evaluaron tipología, soporte de difusión, formato, temáticas generales y ejes discursivos, sobre la base de aspectos de las metodologías cuantitativa y cualitativa. Una vez realizada la base de datos, los investigadores pudieron dilucidar la evolución, el crecimiento de este tipo de difusiones y concluir que España tuvo una cifra más alta en el periodo delimitado.

Respecto del tipo de información, analizaron que en España se extiende más la difusión en las cadenas falsas mientras que en Italia son, en mayor medida, las teorías de conspiraciones.

Los dos estudios mencionados anteriormente significan un aporte para la presente investigación debido al enfoque utilizado en el análisis de plataformas de *Fact checking*. Ambos dieron a conocer antecedentes sobre los medios seleccionados, cómo funcionan sus procesos, la procedencia de sus contenidos y establecieron comparativas tras revisar exhaustivamente los datos recopilados.

Por otro lado, Zarzalejos (2017) plantea en su publicación “Comunicación, periodismo y *Fact checking*” el terreno que ha ganado la posverdad en ámbitos como la política, la publicidad y el ámbito empresarial. Ante ello, plantea los desafíos que deben asumir las grandes empresas en su tarea de comunicar, ya que su rol ahora no es sólo informativo, sino también en la erradicación de falsedades.

En consecuencia, apunta a que el nuevo periodismo estará concentrado en el *fact checking*, por lo que el foco debe ser “contener el sentimentalismo, apaciguar y moldear los peores instintos y proclamar la superioridad de la inteligencia sobre la visceralidad” (p.13).

La visión de Zarzalejos con relación al término de posverdad—en el que los hechos objetivos tienen menos influencia que los que apelan a las emociones— y sus alcances permiten introducir de una manera sencilla este neologismo, que se ampliará en el desarrollo de este trabajo. El autor lo plantea como la supremacía del discurso emotivo, el que se resta influencia a los hechos objetivos, convirtiéndose en uno de los obstáculos con el que se topa un verificador en su rol.

En este sentido, Ufarte y Murcia (2018) indicaron en su artículo “El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo. Estudio de caso de Miniver” una perspectiva centrada en la estrategia económica.

Para llegar a las conclusiones, los investigadores recurrieron a técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, como las entrevistas semiestructuradas en profundidad, el estudio de caso y el cuestionario, buscando conocer a detalle el funcionamiento de este sitio web, reconocido por Google como el primero de España en mostrar la etiqueta de verificación de datos.

Además, utilizaron la técnica de la triangulación basada en contrastar información entre distintas fuentes. Los resultados permitieron explicar la forma de operar de Miniver y comprobar la hipótesis de cómo internet se ha convertido en un espacio propicio para el nacimiento de nuevos emprendimientos relacionados con la comunicación.

Si bien la mirada es distinta a la abordada en la reciente indagatoria, esclarece los pasos a seguir en un estudio de caso, evaluar por qué no ha conseguido rentabilidad esperada y el funcionamiento detrás de plataformas independientes.

2.2 Variables conceptuales

En este apartado, se busca dar respuesta a la necesidad de profundizar en los términos relacionados con el fenómeno de la desinformación. Al abordarse conceptos como *Fake News*, o la verificación de hechos, es fundamental explorar todo lo que involucran, sus procesos e impacto.

En este sentido, se ampliarán las definiciones de *Fake News*, posverdad, capital informacional y el trastorno de la información.

2.2.1 Fake news y posverdad

Cuando se suele hablar de *fact cheking*, sobre todo en los tiempos de crisis sanitaria producto del Covid-19, los términos de posverdad y desinformación destacan en el debate. Durante la contingencia, la población ha estado expuesta a una gran cantidad de datos cambiantes, que van evolucionando constantemente y frenando un poco la incertidumbre que existía entre finales de 2019 y los primeros meses de 2020.

Dicha información, sea cierta o no, genera un impacto en el receptor, quien está expuesto a adoptar posiciones radicales al elegir contenido que contribuye a alimentar sus sesgos para hacer frente a las dudas. Este fenómeno puede entenderse aún mejor a través de la posverdad, definida como “las circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal” (Diccionario de Oxford, 2016)

Debido a su importante connotación para la democracia ya había sido elegida como la palabra del año en 2016 y se popularizó en 2017 en las elecciones presidenciales estadounidense, como una forma de explicar los resultados del Brexit o la victoria de Trump, algo que no estaba previsto en las expectativas iniciales.

El ámbito de salud es un caldo de cultivo para el surgimiento de contenido desinformativo ante la necesidad de encontrar respuestas a realidades que aún no la tienen. Estos escenarios son aprovechados para reforzar sesgos que, con el tiempo, contribuyen a que el individuo evite la evidencia u otros puntos de vista.

Aguilar (2017) enfatiza que “la certeza en medicina no existe. Las bases fundamentales de su práctica son la incertidumbre y la probabilidad, sumergidas ambas en una gran variabilidad biológica”.

En consecuencia, comprendiendo a la posverdad como una construcción que aprovecha los vacíos para calar un relato, su diferencia con las *fake news* radica en que estas últimas son parte de las estrategias de manipulación. De Backer (2019) considera que funcionan como “posibles tácticas propagandísticas en la era de la posverdad que, a través de la creación de confusión, aspiran a controlar el discurso público y la acción política” (p.5).

En este sentido, con las redes sociales y los medios masivos, el alcance es cada vez mayor, lo que dificulta la capacidad para contrastar o filtrar al mismo ritmo.

2.2.2 Capital informacional

Ahora bien, el cómo transcurre el proceso de uso, análisis y apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de los individuos u organizaciones es uno de los puntos de interés para comprender los obstáculos aún existentes en la recepción de información.

En este contexto, el concepto de capital informacional planteado por Hamelink (2000) establece como eje central la capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, pero además “la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de estas redes, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar la información, como también la motivación activa para buscar información, y la habilidad para aplicar la información a situaciones sociales” (p.91).

De esta forma, de acuerdo con el autor, en el avance de apropiación de las TIC convergen factores vinculados a la capacidad económica, la disposición física de los recursos y conocimiento de éstos.

Durante la pandemia, surgió un reto adicional, ya que los confinamientos, el teletrabajo y la teleducación dejaron en evidencia los desafíos en términos de infraestructura. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe presentó un informe sobre perspectivas económicas en septiembre de 2020, en el cual enfatizó que la digitalización es un bien básico y necesario pero la región, que aún tiene 40 millones de hogares sin conectividad a internet.

Dentro de la definición de Hamelink destaca también el hecho de cómo el conocimiento puede impactar la realidad. En un ámbito informativo, tener la capacidad de contrastar datos y verificarlos, permite tomar mejores decisiones, aportar al debate público y a la construcción de la democracia.

Los medios de comunicación dedicados al fact checking son conscientes de los desafíos que representa para la sociedad hacer frente a la masiva cantidad de información que existe en la actualidad y procesarla. Por ello, su labor es usar herramientas con un alto grado de complejidad, como otras de fácil aprendizaje, para materializar esta tarea, darle acceso a las fuentes con el fin de que los usuarios puedan revisarlas y así reducir la brecha en el acceso a la información de calidad. Es decir, usar el conocimiento para contribuir a la dinámica social.

2.2.3 Trastorno de información

Para profundizar en cómo se concreta este proceso, se han publicado diversos trabajos referentes a la desinformación, a la manipulación y las consecuencias de la posverdad. Uno de ellos, elaborado por Wardle (2017), introduce el trastorno de la información para tratar de explicar esta realidad, descartando acuñar el término de noticias falsas por considerarlo, vago,

ambiguo y que representa un espectro muy amplio sin hacer diferencia entre varios fenómenos.

De acuerdo con el planteamiento de la autora, los tres elementos que conforman este trastorno son el agente, el mensaje y el intérprete. El agente está involucrado en toda la secuencia de hechos y tiene motivaciones; el mensaje pretende provocar una respuesta emocional, tienen un componente visual, una narrativa fuerte y es repetitivo, mientras que el intérprete hace referencia a las audiencias compuestas de individuos que codifica la información de acuerdo con sus estatus, posiciones políticas y experiencias personales.

Los tipos de información que consumimos, y las formas en que les damos sentido, son significativamente impactados por nuestra propia identidad y las “tribus” con las que nos asociamos. Y, en un mundo donde que nos gusta, comentar y compartir es visible para nuestros amigos, familiares y colegas, estos 'sociales' y las fuerzas performativas son más poderosas que nunca. Tener que aceptar información que desafía nuestro sentido de identidad puede resultar discordante. Sin tener en consideración cuán persuasivo puede parecer un mensaje a un observador neutral, es más fácil ignorarlo o resistirlo (Ward, 2017, p.28)

En este contexto de redes sociales, donde los involucrados son editores potenciales, estipula que puede suscitarse un ciclo interminable en el que el intérprete pasa a ser un agente al apoyar o compartir el mensaje en sus espacios.

Si bien considera que en la búsqueda de soluciones difundir información de calidad no es la única respuesta, ya que el cerebro humano no siempre asume posturas racionales, sí cree que el rol de los medios como agentes amplificadores es esencial para combatir los métodos cada vez más sofisticados y entender a cabalidad este trastorno.

CAPÍTULO III

3.1 Marco Metodológico

Mediante el desarrollo del marco metodológico, se establecerán el conjunto de acciones y procedimientos específicos que permitirán adentrarse en las técnicas de AFP factual y Fast Check CL, así como las modalidades que desarrollan para garantizar la calidad en la verificación de hechos.

Arias (2012), explica el marco metodológico como el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (p.16).

El objetivo de esta etapa es establecer una guía con el diseño y las técnicas adecuadas para responder a las interrogantes surgidas en esta investigación. De esta forma, será posible recolectar los datos necesarios, procesarlos y entender el rol de los verificadores gracias al testimonio de sus profesionales.

3.1.1 Diseño de investigación

Para concretar los objetivos planteados en la presente investigación será necesario desarrollar un estudio de caso, el cual permitirá explorar en detalle el rol que cumplieron AFP factual y Fast Check CL entre marzo de 2020 y mayo de 2021, lapso escogido por dos razones: en el mes inicial se detectaron los primeros contagios de Covid-19 en la mayoría de los países de América y, en la de cierre, ya varias de esas naciones contaban con avances en su proceso de vacunación.

Pérez (2016) establece que este tipo de trabajos “busca documentar, interpretar y valorar, en el contexto de su desarrollo, la particularidad de un objeto de estudio que es concreto, contemporáneo y no controlables por el investigador” (p.15).

Por su parte, Monroy (2009) considera tres momentos importantes observar, recuperar la información y registrarla para comprender el fenómeno. Entre sus ventajas menciona que “se enfocan hacia un solo individuo o cosa (sea por ejemplo, una persona o una escuela), lo que permite un análisis profundo y consistente del mismo; así mismo permite una amplia recopilación de la información” (p.46).

Mediante este proceso, el investigador es capaz de abordar un problema desde una perspectiva contextualizada, que le permite tomar en cuenta realidades complejas a través de la descripción y el análisis de situaciones sociales.

En el estudio de caso los datos pueden recopilarse desde una variedad de fuentes. Chetty (1996) puntualiza que pueden ser tanto cualitativas como cuantitativas; tales como documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos

En cuanto a la espacialidad de los medios estudiados, ambos se concentran en contenido de Latinoamérica debido a que su centro de operaciones está en la región. No obstante, en lo que se refiere al Covid-19, la información estudiada es de carácter internacional y de una heterogeneidad en su procedencia.

3.1.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En consecuencia, se implementará un enfoque mixto, es decir cuantitativo y cualitativo, en busca de tratar de abarcar con distintas miradas las labores periodísticas que ejecutan. Mientras el método cuantitativo ayudará en el procesamiento de datos numéricos y su lectura, con el aspecto cualitativo la idea es abordar el contexto e interpretarlo, sobre la base de la observación y la recolección de datos.

Cada una tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las preguntas que se plantean los investigadores bien con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social. (Monje, 2011, p.10)

Por lo tanto, se procederá a hacer una revisión exhaustiva de los sitios web mencionados entre marzo de 2020 y mayo de 2021, en cuanto a la cantidad de publicaciones para continuar con definir los temas abordados, la procedencia, a qué género periodístico corresponden y el resultado de las verificaciones que realizan (verdadero, falso, engañoso).

Una vez obtenida esta información, se llevará a cabo una interpretación a los gráficos de estos ítems, con el fin de profundizar en la dinámica que tienen ambos medios a la hora de hacer su verificación de hechos.

Los aspectos mencionados constituyen un análisis de contenido que, según López (2002), “pretende sustituir las dimensiones interpretacionistas y subjetivas del estudio de documentos o de comunicaciones por unos procedimientos cada vez más estandarizados que intentan objetivar y convertir en datos los contenidos de determinados documentos o comunicaciones para que puedan ser analizados y tratados de forma mecánica” (p.173).

Por último, este análisis se complementará con una entrevista a las periodistas Nadia Nasanovsky (AFP Factual) e Isidora Osorno (Fast Check CL). En esta oportunidad, la entrevista, más allá de ser una técnica de recolección de datos cualitativos, funcionará como una forma de conocer la modalidad de trabajo de los dos medios, narrada por sus protagonistas.

Se trata de un cuestionario estructura de siete preguntas abiertas con el fin, precisamente, de que puedan explayarse, entregar detalles y reflexionar desde una mirada profesional la experiencia vivida en la pandemia.

Troncoso y Amaya (2016) destacan que esta técnica “es capaz de entregar la profundidad que, en muchas ocasiones, los instrumentos de tipo cuantitativo dejan de lado debido a su afán de generalizar y reducir el error al mínimo, por lo cual no ahondan en el carácter discursivo de las personas, con sus significados y concepciones”.

CAPÍTULO IV

4.1 La historia detrás de AFP Factual y Fast Check

Al igual que en el resto del mundo, en América Latina ha quedado en evidencia el *boom* de proyectos de verificación de información, tanto de conglomerados de referencias como otros más pequeños, que han asumido este reto de filtrar los temas de interés, indagar y dar una mirada más amplia al público.

Esta expansión terminó por consolidarse con la llegada de la pandemia del Covid-19 en 2020, frente a la incertidumbre que trajo dicha enfermedad.

Tal es el caso de las dos plataformas analizadas en este estudio, AFP Factual y Fast Check, las cuales tuvieron un auge en este periodo; se vieron obligadas a innovar, así como a hacer cambios en su agenda y sus profesionales a capacitarse en el ámbito de la salud para poder entregar datos certeros.

4.1.1 AFP Factual

AFP Factual, es un blog de la Agencia France-Presse, que cuenta con 12 periodistas verificadores en varios puntos de Latinoamérica y España, como Colombia Argentina, Chile, México, Uruguay, entre otros. Esta iniciativa nació en 2018 como continuación del proyecto colaborativo CrossCheck, creado durante la campaña presidencial francesa de 2017, en que la AFP tuvo el papel decisivo de dar el último visto bueno de los artículos verificados.

Los profesionales seleccionan contenido tomando en cuenta el interés editorial, la magnitud de la difusión de la información y/o su importancia en el debate público. Seguidamente, mediante un proceso de consulta con fuentes, búsqueda en reversas, entre otras herramientas, desmienten con hechos y datos concretos algunas mentiras o medias verdades, ofreciendo además el contexto para facilitar el entendimiento.

El equipo editorial de AFP Factual también supervisa el blog de fact-checking en portugués Checamos, con seis periodistas desde Rio de Janeiro, São Paulo y Salvador de Bahía (Brasil); así como el blog en catalán Comprovem, en Barcelo (España).

4.1.2 Fast Check CL

En contraparte, en un contexto de protestas masivas en Chile, nació Fast Check CL, el cual se define como un medio de comunicación independiente, que verifica contenidos y discursos de personas y representantes de la vida pública y privada, en múltiples plataformas.

Su creación estuvo a cargo del periodista Fabián Padilla, el 22 de octubre del 2019, en medio del denominado estallido social que vivió Chile, con protestas masivas en todo el país. La idea partió con un Instagram, usando el nombre que deriva de los anglicismos: fast (rápido), check (chequear) y cl (Chile).

El objetivo era hacer frente a la contaminación informativa que circulaba por esa época, lo que le permitió crecer rápidamente y alcanzar más de 100 mil seguidores en un mes. A raíz de esta cobertura, recibió el Premio Periodismo de Excelencia – Categoría: Digital Innovación 2019 de la Universidad Alberto Hurtado.

En medio de este crecimiento, cuando llegó la pandemia, dedicó su agenda de publicaciones a combatir la desinformación en salud. El 24 de mayo de 2021, se convirtió en el primer medio certificado por Internacional Fact Checking Network (IFCN) en Chile.

4.2 Desarrollo de la investigación: AFP Factual y Fast Check

De cara a los antecedentes mencionados, este estudio analizará el contenido y los mecanismos utilizados por AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información relacionada con la pandemia del Covid-19, entre marzo de 2020 y mayo de 2021.

Esta información se delimitó mediante filtros establecidos por las mismas páginas, debido a que la primera de ellas creó una sección denominada “Verificaciones de la AFP en español sobre el nuevo coronavirus”¹ y la segunda tiene la categoría Covid-19 en su apartado de verificaciones².

Inicialmente, se utilizarán 4 gráficos para visualizar las características relevantes del flujo de artículos publicados cada mes durante el periodo mencionado. Cada uno de ellos abordará una categoría que permitirá observar cuantitativamente desde la procedencia de mayor prevalencia hasta el balance de contenido real/falso de los procesos elaborados por ambos medios.

¹ Agence France-Presse. (14 de marzo 2020). Verificaciones de la AFP en español sobre el nuevo coronavirus <https://factual.afp.com/verificaciones-de-la-afp-en-espanol-sobre-el-nuevo-coronavirus>

² Fast Check CL. (3 de marzo de 2020). Fact-checking al Covid -19. <https://www.fastcheck.cl/category/covid19/>

El primero de los gráficos agrupa la clasificación de temas frecuentes, que se divide en ítems relacionados a las vacunas; medidas sanitarias asociadas las restricciones adoptadas por los Estados para evitar contagios y su impacto; tópicos surgidos a raíz de declaraciones de médicos, autoridades, personalidades; análisis centrados exclusivamente en fotos o videos virales; mitos o realidades sobre la prevención y tratamientos para el Covid, así como otros. Este último dice relación con artículos que contengan temáticas que no se puedan vincular a ninguna de las clasificaciones anteriores.

El segundo está enfocado en la procedencia de la información, por lo que se establecieron redes sociales (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Youtube), Whatsapp, autoridades o voceros oficiales del Estado, documentos o estudios, organizaciones, medios de comunicación y otros.

Asimismo, el tercero busca comprender el género del contenido que publican AFP factual y Fast Check CL. Si bien son conocidos por sus verificaciones, en sus sitios web pueden encontrarse reportajes, información de interés u orientativa para combatir la desinformación en la pandemia, entre otros. Por esta razón, se definieron las clasificaciones bajo estos cuatro términos.

Cabe destacar que en el ítem de Reportajes se considerarán artículos identificados con las etiquetas Chequeado (Fast Check CL) y Verificamos o Verificados (AFP factual). Se trata de temas que incluyen varias verificaciones de datos asociados a un mismo contenido, por lo que cada uno de ellos se va analizando por separado dentro del mismo texto y contrastando con la opinión de expertos o estudios oficiales.

Por último, están los resultados de las verificaciones. Para ello, se seleccionaron los apartados Verdadero, Falso y Engañoso, ya que las dos plataformas coinciden en su uso.

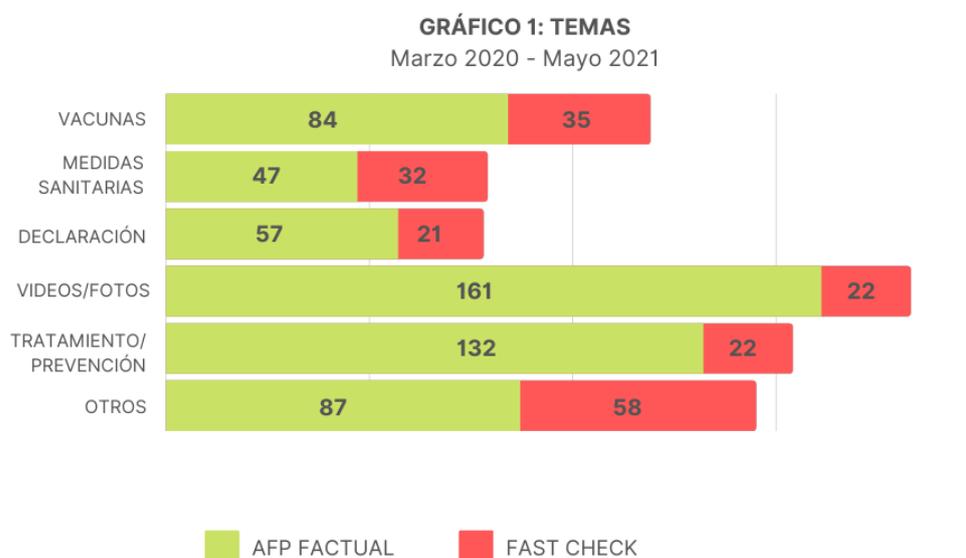
De igual modo, se agregó la categoría Otros para agrupar aquellos en los que se diferencian; Fast Check CL estila etiquetas como Irreal o Impreciso ocasionalmente mientras AFP factual ha usado en situaciones puntuales algunos como Montaje o Sin Registro. Además, servirá para ordenar aquellas publicaciones que reúnan otros criterios.

Seguidamente, en cada uno de los gráficos se procederá a hacer un análisis que profundice en el tratamiento de los puntos anteriormente mencionados durante el lapso de 15 meses.

Después de cuantificar estos aspectos, con las respuestas obtenidas de una entrevista a representantes de ambos medios, se detallarán en las técnicas utilizadas en cada una de las etapas del fact checking.

A continuación, los gráficos correspondientes al periodo marzo de 2020 y mayo de 2021:

4.2.1 Análisis de los temas abordados en el contenido de AFP Factual y Fast Check CL



En el periodo analizado, **AFP Factual** realizó 568 publicaciones relacionadas con el Covid-19, cuyo enfoque estuvo principalmente en fotos o videos que alcanzaban una rápida viralización por lo que se convertían en el centro de discusiones, así como los supuestos tratamientos que se divulgaban —principalmente por redes sociales o Whatsapp sin respaldo científico— para evitar o combatir el Covid. En este ítem, también se incluyeron varios de los mitos en torno a las mascarillas y cómo impactaban en la salud de las personas.

La primera verificación del rango establecido en esta investigación tiene fecha 3 de marzo de 2020. En los primeros siete meses, los artículos se encargaron de ser un aporte respecto a lo poco que se sabía sobre el coronavirus para ese entonces. La falta de respuestas era una especie de cultivo perfecto para la proliferación de falsas medicaciones, ya sea mediante fármacos o naturales.

Por ello, era muy común el análisis de las mencionadas curas para el virus, entre las que se consignaron la cloroquina, aguantar la respiración, vitamina C, té de hinojo, hígado de res, una dieta alcalina, agua de ajo, hacer gárgaras de agua o plata coloidal. En su mayoría, este tipo de contenido se categorizó como falso o engañoso.

En este tiempo, también abundaron fotos o videos que eran descontextualizados, ya sea porque que ocurrían en otro lugar, con una secuencia de situaciones distintas, eran antiguos, pero la rapidez de divulgación terminaba por entregar un discurso engañoso.

Por las razones antes mencionadas, era frecuente observar publicaciones enmarcadas dentro de teorías de conspiración, las cuales se distribuyeron en diferentes categorías, especialmente en “Otros” y en la de imágenes. Muchos de ellos hacían alusión a la supuesta planificación de la pandemia, la existencia del Covid desde años anteriores, diversos orígenes de la enfermedad, la falta de efectividad de las pruebas PCR, la implantación de microchips a cargo de Bill Gates y el uso de falsos muertos para hacerlos pasar por víctimas del Covid.

La tendencia se mantuvo los 8 meses siguientes, cuando progresivamente empezaron a aparecer contenidos referentes a las vacunas, que buscaban —según sus autores— alertar de efectos adversos, lo que usaban en su fabricación o los impactos que podrían tener a futuro en la salud. A raíz de esta proliferación de desinformación, en este lapso se convirtió en el tópico más verificado por la agencia, con un total de 68 publicaciones.

En los 15 meses, el foco de AFP Factual en sus verificaciones estuvo en tratar de combatir la incertidumbre que se iba suscitando en el desarrollo de la pandemia, por lo que se centraron en abordar los temas en los que imperaba este vacío; siempre contrastándolo con la información existente a la fecha, estudios científicos, consultando expertos o detallando si faltaba mayor respaldo para dar una respuesta certera.

En este sentido, en el caso de fotos o videos, la idea de realizar notas centradas netamente en estos era hacer frente a publicaciones virales que buscaban causar conmoción en la opinión pública, así como desmentir a personas que se atribuían vocerías de expertos y divulgaban contenido falso de todo lo relacionado con el Covid bajo el precepto de que se trataba de una “plandemia”, un concepto derivado de las teorías de conspiración que hace alusión a un juego de palabras entre plan y pandemia.

En menor medida, la agencia elaboró artículos de medidas sanitarias o declaraciones, sin embargo, sirvieron para transparentar, ampliar y hacer un seguimiento a las posturas reales que estaban tomando los Estados.

En cuanto a **Fast Check CL**, la primera publicación respecto al Covid se hizo en marzo, a diferencia de AFP que inició su proceso en enero. Esto radicó en que, si bien la pandemia correspondió a un fenómeno mundial, la página chilena otorgó mayor preponderancia al tema luego de la confirmación del primer caso en ese país. La tónica se mantuvo a lo largo del periodo estudiado: el contenido nacional.

Durante este tiempo, hubo 190 contenidos relacionados con la pandemia. Entre marzo y septiembre, las medidas sanitarias (23) y la categoría Otros (26) marcaron la pauta; el primero de estos temas debido a los anuncios que realizaban las autoridades con el fin de evitar los contagios y, el segundo, por teorías referentes al surgimiento del coronavirus, los avances de la pandemia en comunas o provincias chilenas; acontecimientos de impacto en el contexto de la situación sanitaria, hechos políticos, secuelas del Covid entre otros.

Estos últimos puntos se repitieron en la categoría de videos o fotos, otra de las más importantes en esos primeros siete meses. Como es frecuente, ante la facilidad para viralizar imágenes descontextualizadas, Fast Check CL decidió dar un espacio a estos tópicos, por lo que investigó qué historia existía detrás de ellas.

La selección realizada para estas verificaciones también mezclaba supuestas secuelas del virus, formas de contagios o cuerpos que estaba en un pasillo de un hospital nacional.

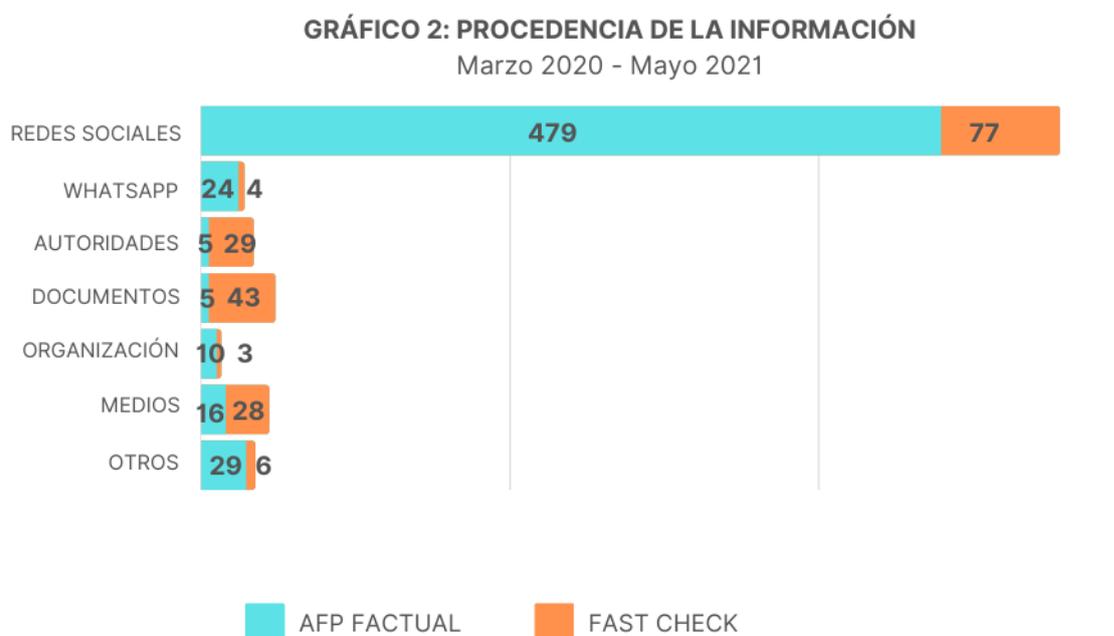
A partir de octubre, se sumaron las publicaciones de las vacunas contra el Covid, ante los mitos relacionados con sus componentes o incluso información falsa de fallecimientos o efectos adversos en las personas que habían recibido la primera dosis. Además de consignar las fuentes en sus procesos de verificación, éste sería un tema recurrente para el medio pues se encargó de complementarlo con datos de interés, calendarios, noticias o reportajes con el fin de diluir la incertidumbre en la población.

Aunque en 15 meses puede que no haya sido la clasificación más relevante, el sitio web de Fast Check CL mantuvo la esencia de la verificación de información bajo el tópico de las Declaraciones (21). Mientras AFP en la mayoría de los casos analizaba discursos atribuidos a autoridades y buscaba su procedencia, Fast Check CL acostumbró a tomar las declaraciones, sobre todo si tenían cifras, para contrastarlas con informes oficiales

De esta forma, esclarecía si los representantes del Gobierno —principalmente de Chile— estaban entregando información fidedigna a la ciudadanía o era reiterativo que contribuían al ambiente de desinformación.

El flujo de publicaciones de Fast Check CL osciló entre los 6 artículos (julio y agosto) mensuales hasta los 28 (abril), al ser una página con un equipo más pequeño, concentrado netamente en Chile. No obstante, sus temas abarcaron puntos de interés nacional con una perspectiva amplia; su cobertura no estuvo concentrada solo en desmentir sino, mediante esta herramienta, dilucidar la situación epidemiológica y el efecto de las medidas adoptadas.

4.2.2 Análisis de la procedencia de la información publicada en AFP Factual y Fast Check CL



El sitio de origen de la información publicada en páginas de Fact Checking ayuda a conocer dónde existe mayor tendencia a difundirse contenido del Covid y la calidad informativa de dichas publicaciones.

En primer lugar, para AFP Factual las redes sociales son el primer punto de interés a la hora de seleccionar contenido. Entre marzo 2021-mayo 2021 hubo 479 artículos, en los cuales los

verificadores mencionaban como procedencia alguna publicación con alta repercusión en las redes sociales.

Espacios como Twitter, Facebook, Instagram, Youtube o Tiktok permiten compartir una variedad de formatos; los que denominan memes, o conocidas como viñetas, mencionando supuestas curas o polémicos datos relacionadas con el Covid o las medidas de prevención; videos con voceros que se atribuyen alguna experiencia en el tema, fotos manipuladas o descontextualizadas, entre otros.

Usuarios aprovecharon la oportunidad que tienen las redes para lograr un alto alcance, ya que en esta dinámica de difusión también participan aquellos que tienen dudas en torno a lo que acontece a la pandemia, así como los que se apoyan en teorías de conspiración.

En segundo lugar, aparece la categoría “Otros” que dice relación con contenido encontrado, en su mayoría, en páginas web con escasos procesos de curaduría o que divulgaron contenido con discursos antivacunas o en contra de las medidas sanitarias. En cuanto a WhatsApp, por la facilidad de divulgación, se convirtió en otra de las vías para lograr una viralización rápida. AFP Factual cuenta con un número de contacto en la aplicación de mensajería instantánea, por lo que el público les hacía llegar sus dudas.

Los medios de comunicación (16) también difundieron contenido viral durante la pandemia, ya sea mediante un artículo en sitios web o dándole espacio a personas con declaraciones que sembraban dudas sobre la pandemia. Por mencionar uno de estos casos, medios españoles, argentinos, uruguayos y brasileños aseguraron que [Cristiano Ronaldo decidió convertir sus hoteles en hospitales](#), lo que resultó ser falso.

En menor medida, están las organizaciones como voceros, con ejemplos destacados como la Organización Mundial de la Salud y Médicos por la Verdad Argentina. Al igual que el apartado de autoridades, en estos ítems, la idea era contrastar la veracidad de sus declaraciones. La categoría de documentos generalmente estaba vinculada con temas de carácter informativo.

Pese a la predominante diferencia entre la procedencia del contenido a verificar por AFP Factual, queda en evidencia que acuden a diferentes medios para este proceso, sobre la base de que la dinámica de la información falsa no es exclusiva de uno. Por ello combinan la posibilidad de que la gente los contacte, con la utilización de varios estilos periodísticos y escoger lo más difundido en las redes para tratar de abarcar el mayor campo posible debido a

que, además, su ritmo de publicación es alto con un mínimo de 16 mensuales hasta 74, correspondiente a un promedio de 37,8 en los 15 meses.

Por otro lado, en su dinámica Fast Check CL también entiende el rol de las redes sociales para la divulgación rápida de información (77). Así se convirtió igualmente en el principal medio de consulta de contenidos de dudosa credibilidad, para analizarlos y corroborar la veracidad.

Dentro de la selección había videos, capturas de estudio tergiversados, confiabilidad de las medidas sanitarias, lo que coincide con los tópicos escogidos en AFP Factual, sobre la base del impacto que éstos generan en la opinión pública.

Sin embargo, en el medio chileno destacó la categoría “Documentos”. Esto debido a que dentro de su estilo está en mezclar verificaciones, notas periodísticas o reportajes, sin necesidad de recurrir a algún comentario viral, sino sólo con el fin de informar. En su trabajo, es común encontrar temas de actualidad en Chile como [“Plan Nacional De Vacunación: Lo Que Debes Saber Sobre Las Vacunas Contra El Covid-19 ”](#) o el [“Estado actual de la pandemia en Chile”](#).

Otras de las verificaciones clasificadas en este apartado tienen que ver con aquellas que, si bien se difundieron ampliamente por una red social, la publicación viral venía acompañada con un documento que el receptor podía revisar fácilmente y la verificación se realizó sobre la base de éste. ([Documento Gobierno: “Alerta vulnerabilidades aplicación Zoom”](#))

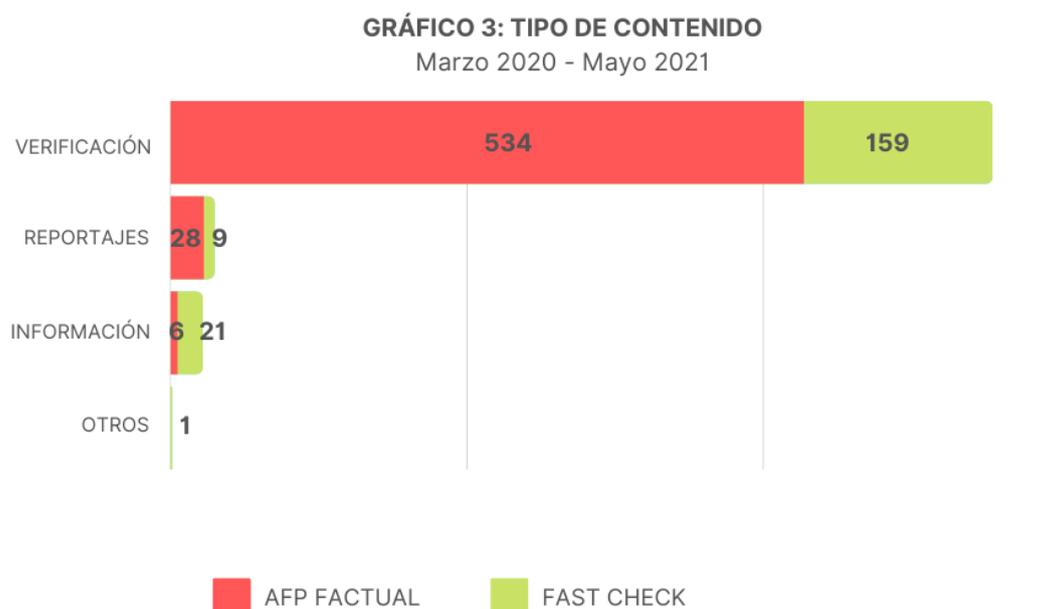
En la lista de los sitios de origen, siguen las autoridades y los medios de comunicación. Tal como se mencionó en el análisis de los temas, Fast Check CL acostumbra a contrastar las declaraciones de las autoridades con documentos oficiales, especialmente cuando se refiere a datos. En cuanto a los medios, su selección en el periodo estudiado se fundamentó en contenido periodístico que generó debates en internet, con el fin de consultar otras fuentes o dar seguimiento a la respuesta de los involucrados, por ejemplo, el artículo [“Renuncia casi la totalidad del equipo médico de Hospital de San Antonio”](#) publicado y posteriormente rectificado en el diario La Tercera.

Los ítems de origen “WhatsApp”, “Organización” y “Otros” aparecen con menor frecuencia, en notas de contenido divulgado ampliamente por esta aplicación o profundización de medidas sanitarias.

Con los antecedentes mencionados, resulta relevante destacar cómo Fast Check CL apela a documentos oficiales o información pública dentro de su selección, que no sólo le sirve para

moverse dentro de diferentes estilos, sino para construir verificaciones con datos de interés que van más allá de centrarse contenido viralizado. Es decir, su rol no es exclusivamente acudir rápidamente a verificar rumores, imágenes descontextualizada o posverdades, sino en aprovechar contenido que tiene un valor fidedigno para que éste sea la verdadera noticia.

4.2.3 Análisis del tipo de contenido publicado en AFP Factual y Fast Check CL:



Si bien el propósito de ambos medios corresponde a la verificación de hechos, la idea de hacer una revisión al tipo de contenido de cada uno es comprobar el estilo y hasta qué punto dicha labor se basa exclusivamente en tomar una selección para comprobarla o desmentirla.

En los dos ejemplos tomados para este estudio, AFP Factual y Fast Check CL, quedó en evidencia lo fundamental de complementar las verificaciones con otros géneros periodísticos e investigaciones que permiten dilucidar ciertos mitos en torno a la pandemia.

En el caso de AFP Factual, por ser evidentemente su rol principal, predominan las verificaciones ampliamente, ya que se realizaron 534 de un total 568 publicaciones en el periodo de marzo 2020-mayo 2021.

En cada artículo, mencionan inicialmente de dónde se extrajo el contenido a verificar; los medios en los que se difundió y la respuesta que obtuvo por parte de los usuarios (retuits, visualizaciones, compartir, etc). Seguidamente, indican los datos de la publicación original, puntualizando las herramientas que utilizaron para llegar a ello.

En el proceso acuden a distintas fuentes; ya sea expertos, documentos oficiales, entre otros para dar a conocer una conclusión de las indagatorias y que, a su vez, las personas puedan acceder a enlaces que respaldan estos resultados.

La página de verificaciones de la agencia francesa además hace espacio para los reportajes, donde bajo la etiqueta “Verificamos” aborda de una manera más amplia una publicación viral, con múltiples veredictos ([“Las radiografías de un paciente de 28 años con COVID-19”](#) o [“El remedio para el COVID-19 que difundió Nicolás Maduro”](#)) o una profundización a temas de interés público, sobre todo referentes a medidas sanitarias, vacunas o medicamentos ([“Desinformación en torno al medicamento remdesivir y su aprobación puntual por la FDA”](#)).

Por último, en el apartado de información están aquellos contenidos más concisos para entregar algún dato o de índole noticioso ([“La OMS considera que los pacientes asintomáticos pueden contagiar el Covid-19”](#)). Esto permite mantener un toque de actualidad sobre las novedades del virus a medida que va avanzando la pandemia, más cuando son conclusiones significativas en el ámbito científico que ayudan a disminuir la incertidumbre.

Sin importar el género periodístico, AFP Factual preserva la misma estructura en todas sus publicaciones: transparentar cada etapa del proceso. De igual modo, aunque por su alto flujo de publicaciones destacan las verificaciones, complementa con otros estilos que le sirven para abordar diferentes aristas contenido de desinformación.

Fact Check CL coincide con AFP Factual en usar las ventajas que ofrecen las verificaciones. En el periodo estudiado acumuló 159 de un total de 190.

Dentro de la estructura de sus publicaciones, acostumbra a realizar una breve introducción sobre el tema que abordarán para contextualizar; incluyendo el medio en el que se difundió y el discurso vinculado a éste. En este sentido, también utilizan intertítulos para segmentar datos relevantes como la procedencia real o el surgimiento del material verificado, las citas de expertos, estudios entre otros.

Por medio de la revisión de los 190 artículos, se pudo comprobar que cuando partió la pandemia había contenido muy conciso y puntual de temas relacionados al Covid-19 ([“Juego del coronavirus para las niñas y niños: #coronaniños”](#), [“Trabajadores y trabajadoras de LATAM deben bajar sus sueldos en 50%”](#) o [“Catherine BARRIGA informa primero que el Ministerio de Salud la segunda muerte por Covid”](#), [“Ministro de Hacienda propone a ministros por correo que se bajen 30% de sus sueldos”](#)).

No obstante, con el avance de los meses y la alta difusión de estos tópicos, cambió progresivamente esta dinámica para hacerlos más amplios e incluso, antes del desarrollo de la nota, agregaron un intertítulo “Si no tienes tiempo” para conocer los datos de mayor importancia mediante una revisión rápida.

Igualmente, consultan diferentes fuentes dependiendo en concordancia con los exhaustivo de la verificación.

En el gráfico de contenido se ubica en segundo lugar la información y en tercero, los reportajes. Como se mencionó anteriormente, Fact Check CL da cabida a otros géneros para aclarar dudas del Sars-CoV-2 y plantear temas complejos con un lenguaje de mayor sencillez.

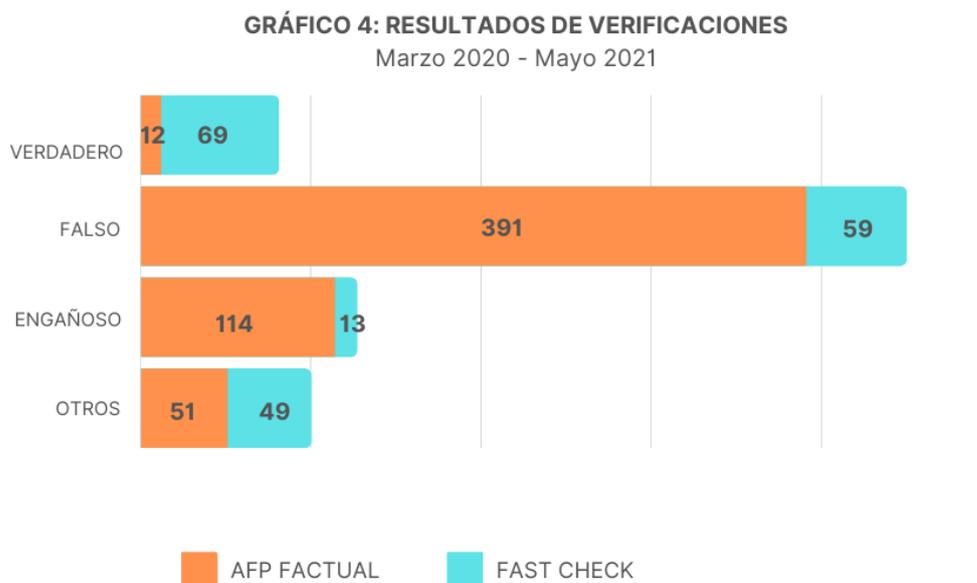
En el ítem de información, sobresale la información referente a las medidas tomadas por Chile y la actualidad de la situación epidemiológica ([“Contagio y transmisión del COVID-19 en niños, niñas y adolescentes: Claves para entender el retorno a clases presenciales”](#), [“SARS-CoV-2 VOC: La cepa británica del COVID-19”](#)).

Respecto a los reportajes, se trata de especiales en los que responden en detalle interrogantes comunes con una mirada de ahondar en el origen, el problema, los mitos, causas, cifras y una conclusión explicativa, más allá de acompañarla con un veredicto. El propósito es seleccionar un punto para que la gente pueda entenderlo con todo y su contexto ([“¿Dónde y cómo se originó el Sars-CoV-2?”](#), [“¿Por qué no se informan los fallecidos del Informe Epidemiológico?”](#) y [“Un año con Covid-19: Mitos verificados”](#)).

En la clasificación de Otros, está una entrevista que el medio realizó al doctor Alejandro Rojas, uno de los investigadores chilenos de la Universidad Austral que descubrieron que los anticuerpos de las alpacas podían neutralizar distintas variantes del SARS-CoV-2.

El contenido de Fact Check CL se caracteriza por incluir temas virales, en tendencia, en simultáneo con otros de mayor complejidad. En su estilo, tratan de que estos últimos sean atractivos por su uso de un lenguaje sencillo, acompañados de títulos con preguntas o a modo de claves. De esta forma, anticipa al usuario que encontrará los datos relevantes, respaldados por fuentes confiables.

4.2.4 Análisis de las verificaciones realizadas por AFP Factual y Fast Check CL:



Los resultados de las verificaciones, que representan la mayoría de los contenidos de ambos medios, permiten tener una idea de la relación de contenido verídico o falso que circuló en el periodo delimitado.

Como se mencionó anteriormente, AFP Factual acudió a las redes sociales como principal medio para hacer una selección. De allí que una gran parte de sus verificaciones coincidan con resultados de Falso (391) o Engañoso (114). Estas conclusiones predominan en artículos relacionados con imágenes o videos, tratamientos, efectos de las medidas sanitarias o vacunación.

En sus publicaciones, acompaña el texto con una imagen principal en la que se indica anticipadamente el veredicto de la investigación realizada. De esta manera, surge interés en el lector — sobre todo en temas muy virales — y lo invita a revisar cómo se llegó a esa conclusión.

AFP Factual

DESTACADOS REGIONES TEMAS



¿Esta persona rompió la cuarentena por coronavirus en Uruguay?

FALSO

Esta no es una mujer que “rompió la cuarentena” por coronavirus en Uruguay, sino el músico Steven Tyler

AFP Uruguay, Bruno Scelzo | [f](#) [t](#) [e](#) | Publicado el jueves 02 abril 2020 a las 14:43 | Modificado el miércoles 02 septiembre 2020 a las 13:58

Copyright AFP 2017-2022. Todos los derechos reservados.

Una imagen que circula en Facebook y WhatsApp asegura que la persona que aparece en la puerta de un edificio es una mujer uruguaya que llegó del exterior y rompió la cuarentena para prevenir posibles contagios del nuevo coronavirus. Sin embargo, la persona de la foto es Steven Tyler, vocalista de la banda estadounidense Aerosmith.

Imagen 1. Fuente: AFP Factual

En el gráfico además quedó en evidencia la poca información bajo la categorización de “Verdadera” que se encontró. De hecho, de los 15 meses establecidos hubo 9 en los que ninguna verificación finalizó con este resultado pese al alto flujo de publicaciones que tiene la agencia.

Estas conclusiones de AFP Factual reflejan lo planteado por organismos como la Comisión Europea (Comisión Europea, 2022) y la Organización Panamericana de la Salud (France 24, 2022), los que calificaron la ola de desinformación en la pandemia como una amenaza a la salud pública. Para ello, acuñaron el término infodemia que hace referencia a una cantidad excesiva de información que dificulta que las personas puedan encontrar fuentes confiables, por lo que surgen agentes externos que aprovechan el caldo de cultivo de preocupaciones básicas de las personas y el rápido ciclo de la evolución de las noticias.

De los 568 artículos publicados en marzo 2020-mayo 2021, 505 fueron catalogados como contenido desinformativo, es decir el 88%. A estos se suman ejemplos dentro de las categorías “Otros” en las que se incluyeron etiquetas como “Montaje”, “¡Fraude!”, “No hay certeza” o “No hay registros” ([EEUU ofrece ayuda alimentaria por el coronavirus a quienes se](#)

[registren en un sitio web](#)), así como reportajes de “Verificamos” en los que algunas afirmaciones examinadas también son falsas.

Así, sobre la base la experiencia de AFP Factual en los 15 meses estudiados de la crisis sanitaria, se demostró que hay una elevada cantidad de información falsa, manipulada, que alcanzó una difusión tan rápida que se hizo necesario verificarla.

En cuanto a Fast Check CL, la balanza estuvo más equilibrada, ya que en el periodo delimitado verificó 72 publicaciones que resultaron con las clasificaciones “Falso” o “Engañoso”. En los primeros 7 meses, ésta se concentró en las medidas sanitarias implementadas, declaraciones de las autoridades y mitos en torno al virus.

Con el avance de los meses, en octubre, este fenómeno empezó a trasladarse a los temas relacionados con la vacunación, especialmente en señalamientos hacia los laboratorios encargados de la fabricación.

Al igual que AFP Factual, Fast Check CL acuña otras etiquetas para referirse a contenido dudoso, entre las que destacan “Impreciso”. Esta se clasificó dentro del ítem “Otros” en el que también figura contenido sin resultados por ser reportajes o informativos.

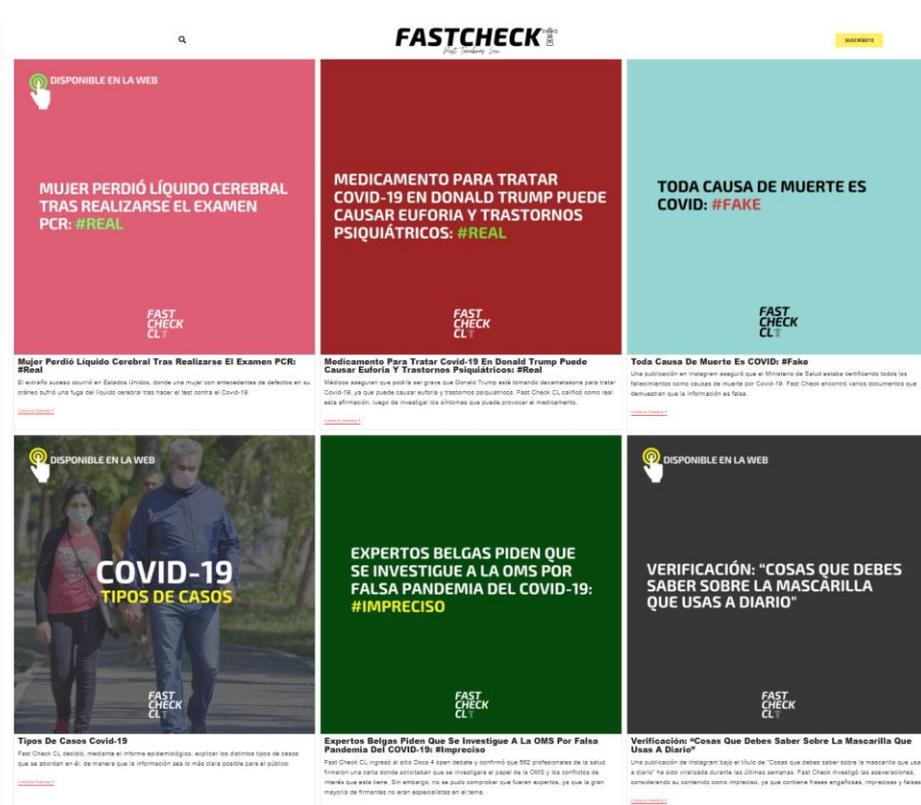


Imagen 2. Fuente: Fast Check CL

Uno de los contrastes más marcados entre los dos medios estudiados es que Fast Check CL hubo una alta incidencia de artículos “Verdaderos”, con un total de 69. Al hacer una revisión de cuál es la tendencia que impera, prevalecen aquellos basados en estudios, documentos y datos entregados por autoridades chilenas respecto a la situación epidemiológica de la pandemia.

La experiencia del medio chileno en el proceso de verificación demuestra cifras menos dispares, lo que se asemeja con la procedencia de la información que utilizaron para la elaboración de su contenido. De igual forma, con el uso que tienen de otros géneros periodísticos para construir su discurso.

En este sentido, la labor Fast Check CL constituyó un aporte en la dinámica noticiosa de Chile, ya que se iba adaptando en sus verificaciones, no solo a lo que se divulgaba mediante imágenes o fotos, sino a las noticias que iban surgiendo día a día pese a tener un flujo de publicaciones significativamente menor.

Así mantuvo su concepto de ser un contrapeso en lo político y de ir comprobando si las medidas sanitarias realmente habían sido anunciadas en el país. No sólo se guiaba por la duda, sino en el interés para que las personas tomen decisiones informadas.

4.2.5 Entrevistas: el proceso de verificación de AFP Factual y Fast Check CL

Para comprender enteramente el desafío que representa la labor de la verificación de hechos, periodistas de AFP Factual y Fast Check CL participaron en una entrevista para esta investigación con el fin de transparentar los métodos que utilizan a lo largo de este proceso.

Entre las interrogantes se encuentran los criterios para selección de información, las herramientas que utilizan para este fin y la experiencia que representó asumir este rol en el contexto de un hecho tan trascendental como los es una pandemia, donde imperó la incertidumbre y una masiva divulgación de información.

Nadia Nasanovsky, periodista argentina que tiene cerca de 4 años trabajando como investigadora digital en AFP Factual, fue la encargada de entregar los detalles de esta etapa profesional. En tanto, Isidora Osorio, subeditora de Fast Check CL, hizo lo mismo representando al medio chileno.

4.2.5.1 Criterios de selección

La primera pregunta buscaba precisar el criterio utilizado para seleccionar una información y chequear su veracidad. Nasanovsky explicó que “son varios, que se conjugan: su interés editorial por un lado y su viralidad, principalmente. Lo más importante a evaluar es la magnitud del efecto que causa la disseminación de esa desinformación”.

Por otro lado, Osorio detalló que inicialmente el sitio web divide la información verificada en dos; el discurso público, definido como aquel contenido político o de interés público emitido por una autoridad del ámbito público o privado y el contenido viral, publicaciones generadas por usuarios anónimos o identificables en redes sociales de alto tráfico, o en MIM (mobile instant messenger).

“Teniendo esto en consideración, podemos explicar que el criterio utilizado por este medio para discurso público, es que lo dicho por la persona debe impactar en el acontecer nacional y/o internacional. Respecto al contenido viral, el criterio que se usa es que este haya sido identificado por el equipo más de una vez en las plataformas antes mencionadas (redes sociales o MIM) y, en el caso que sea solo una publicación, esta debe tener un impacto significativo en sus reacciones, para mostrar que es relevante y fue ampliamente vista”, explicó.

El segundo punto tiene relación con los medios más utilizados para recopilar contenido destinado para el proceso de verificación. En este, ambas coincidieron en que las redes tienen un papel importante para encontrar material.

La periodista de AFP dijo que “se monitorea constantemente las redes sociales, a través de varias herramientas. Algunas no abiertas, como CrowdTangle, por ejemplo, pero también algunas gratuitas y abiertas como Tweetdeck (para Twitter). También se hace directamente sobre las plataformas, a diario, siempre estamos con un ojo puesto en las redes”.

Mientras la subeditora del medio chileno dijo que proviene de los lectores que hacen llegar sus dudas y, el paralelo, el equipo realiza todos los días hábiles una búsqueda activa para encontrar posible desinformación que se esté viralizando.

“En cuanto al discurso público, este medio se preocupa de revisar constantemente programas de televisión, cuentas de redes sociales de políticos y entrevistas para encontrar datos que puedan ser interesantes de verificar”, recalcó.

4.2.5.2 Herramientas de verificación

La tercera interrogante abordó las herramientas, estrategias, fuentes que emplean cada uno de los sitios web y en qué consiste su uso. Tanto en AFP Factual como Fast Check CL utilizan algunos métodos reiterativos, sencillos, que pueden ser replicados por los usuarios. No obstante, esto también está condicionado al contenido que verificarán.

En el caso de la AFP, se decanta por búsquedas en Google con operadores, consultas a fuentes oficiales, expertos, documentos, artículos científicos, etc), y otras herramientas más específicas, como InVid We-Verify, CrowdTangle, WayBack Machine, Tweetdeck, entre otras.

Por parte de Fast Check, estas modalidades varían, ya que enfatizó que no es lo mismo, hace un chequeo de un tema relación con la pandemia a uno de la Convención Constitucional que se creó en Chile.

“Podemos mencionar algunas que se utilizan de forma repetitiva. Por ejemplo, la búsqueda inversa de imágenes, que se usa para comprobar cuándo y en qué contexto fue compartida una foto, además, en algunas ocasiones, permite comprobar si fue editada”, afirmó Osorio.

A esta se suma la búsqueda avanzada en Google y Twitter, que “generalmente la utilizamos para corroborar si una persona realmente dijo una afirmación que se le atribuye. En estos casos también se ocupa Wayback Machine, para ver si existe algún registro de un tuit o publicación de un sitio web borrada”.

Dependiendo de la verificación, complementan con fuentes oficiales, expertos, estudios, encuestas, entre otras.

En la cuarta interrogante, AFP Factual y Fast Check CL dieron a conocer su guía de pasos para la verificación, donde nuevamente coincidieron en que todo dependerá del tópico que estén analizando al momento de hacer la verificación. No obstante, tienen un esquema general que tienden a seguir.

“Algunas se resuelven en unas pocas horas, otras pueden llevar semanas o hasta meses” señaló Nasanovsky. Para AFP Factual lo primero es describir qué se está verificando, lo que denominan ‘el claim’, cuál es la afirmación, el mensaje. A partir de esta premisa, analizan su viralidad y, de ser posible (no siempre lo es), determinar cuándo se compartió por primera vez.

“Lo más importante: definir qué elementos necesitamos para verificar ese claim. Hacer un listado de qué elementos son necesarios para poder llegar a concluir/demostrar que es falso/verdadero/engañoso, etc. Esto puede variar enormemente”, continuó.

Dentro de los elementos que mencionó figuran descubrir el origen de la pieza, si se está lidiando con fotos o videos; obtener el archivo original/hablar con el autor; consultar fuentes oficiales y/o expertos independientes; consultar documentos oficiales/independientes; si la pieza hace referencia a alguien en particular, conseguir su testimonio; hacer pedidos de acceso a la información pública a autoridades pertinentes.

Para ellos, el objetivo es que, al cerrar la verificación el lector debe poder seguir el mismo recorrido que hicieron y llegar a las mismas conclusiones. “De allí la importancia de ser muy claro y de agregar enlaces en cada etapa”, explicó.

Desde la perspectiva de Fast Check CL su guía está compuesta por diez pasos; partiendo por la selección de contenido, la factibilidad para determinar si la pauta es verificable o no y la ponderación, con el fin de priorizar si son los temas más relevantes de acuerdo al momento que se está viviendo y si son más rápidos de hacer.

Una vez escogido el material, se define el titular. “Se decide lo que se va a verificar y se extrae la frase exacta. En el caso que no se pudiera poner la cita textual se crea un titular que contenga lo que se está chequeando”, comentó la representante de la página web sobre este punto.

Después hay un proceso de calificación de acuerdo a lo que el periodista cree en primera instancia, es decir, realiza una hipótesis. El sexto paso es la consulta de fuentes, documentos o información pública para corroborar el contenido, lo que se repite en la siguiente etapa cuando se han obtenido resultados.

“8. Titular y calificación II: Teniendo esto se vuelve a analizar la calificación con el editor hasta tener un veredicto final. En esta fase se puede mantener o cambiar la calificación y titular que se había puesto en un principio”, dijo Osorio.

En los últimos dos puntos se agrega un contexto que permita entender mejor la verificación, tales como dónde fue compartida, en qué situación, etc, para dar paso a la publicación en el sitio web y redes sociales. Dentro de esta última fase, también revisan los comentarios de los lectores por si hubiese algún error.

4.2.5.3 Pandemia y reflexiones

La etapa final de la entrevista sirvió para que las profesionales reflexionaran sobre la contribución que tuvieron desde sus plataformas en medio de la pandemia y la realidad que observaron en torno a la difusión de información. Para ello, se les pidió describir el rol que tuvieron los dos medios en temas relacionados con la salud durante el periodo de 2020-2021.

La periodista de AFP Factual aseveró que “el rol de siempre, el de garantizar información verificada, cobró más relevancia dado que durante la pandemia la desinformación, más que nunca, se volvió una cuestión de vida o muerte”.

Para la subeditora chilena este periodo también significó una oportunidad importante en garantizar el acceso a la información de calidad. “Desde que llegó la pandemia a Chile este medio se dedicó a desmentir la información falsa que se compartía respecto al Covid-19. De hecho, en el año 2020 más del 32% de las verificaciones de este medio estaba relacionada con el nuevo virus. Además, durante 2021 nos dedicamos gran parte del tiempo a corroborar datos vinculados a las vacunas”, detalló.

Sobre la base de esta experiencia, respondieron cuáles fueron las particularidades más comunes que detectaron en el contenido analizado en este tiempo, entre las que sobresale el aumento en la desinformación. Esto obligó a sus equipos a implementar nuevas dinámicas en su modalidad de trabajo para adaptarse a una situación sanitaria inédita.

Nasanovsky expresó que tuvieron aprender a interpretar el lenguaje científico, a buscar en portales de artículos científicos, a identificar su validez. Al mismo tiempo, trataban de hacer frente la cantidad y velocidad de circulación de los contenidos desinformadores que, en ocasiones, resultó abrumadora.

Desde su vivencia, los temas en los que se repetía este fenómeno tenían relación con vacunas, recetas caseras, curas falsas y teorías conspirativas sobre el origen del brote.

“La pandemia implicó un desafío fenomenal para el fact checking. A pocas semanas de iniciada la pandemia, casi todo el equipo de verificación de la AFP (actualmente somos más de 100 periodistas en todos los continentes, trabajando en más de 20 idiomas), se abocó de lleno a la desinformación sobre salud. Todos tuvimos que construir en muy poco tiempo una nueva y nutrida agenda de fuentes muy específicas, con inmunólogos, virólogos, neumonólogos, etc”, agregó.

Al otro lado de la frontera, la realidad fue similar. Fast Check CL confirmó que efectivamente hubo un incremento exponencial de desinformación sobre el virus que, primera instancia, estaba enfocada en posibles tratamientos, remedios caseros y medidas sanitarias. Después, se viralizaron temas de vacunas, organizaciones y personas relacionadas con el Covid-19 como la OMS, Pfizer, Sinovac, etc.

“Una de las medidas que implementó Fast Check CL para hacer frente a este tema, fue buscar activamente desinformación de la pandemia, para eso entró a grupos de Telegram y Facebook, donde se compartía ampliamente información falsa o engañosa de salud”, indicó Osorio.

En la séptima y última pregunta, Nadia Nasanovsky e Isidora Osorio destacaron el aporte del fact checking tras la llegada de Covid-19. Nasanovsky reiteró su contestación a la quinta pregunta, el de garantizar información verificada.

Osorio, por su parte, consideró que “el aporte de Fast Check CL en esta temática ha sido principalmente informar a las personas para que tengan todos los datos correctos a su disposición, esto respecto a las vacunas, los síntomas, la cantidad de vacunados, estudios, medidas sanitarias, etc, lo cual permitió que las personas confiaran más en las vacunas y tuvieran más precaución con los tratamientos que se daban a conocer en Internet”.

CAPÍTULO IV

5.1 Conclusiones

Con la llegada de la pandemia del Covid-19, la labor de la verificación de hechos vivió una serie de cambios importantes. Esto impactó también en los profesionales de la comunicación, quienes tuvieron que estar inmersos en el campo científico y de salud, guiados por expertos en esa área, para hacer frente a la gran cantidad de desinformación que circuló esos días.

Así el fact checking demostró que es una labor que continúa en constante evolución, ya que no sólo está concentrada en ser un contrapeso de los discursos políticos, sino en hacer seguimiento de la veracidad de la información que puede influir en la opinión pública.

En el periodo analizado, marzo 2020-mayo 2021, AFP Factual y Fast Check CL abordaron temas vinculados a la salud pública, utilizando herramientas muy similares, pero con un estilo propio; AFP Factual apunta a una selección de contenido proveniente de las redes sociales, de carácter internacional, mientras Fast Check CL aprovecha su plataforma para dar a conocer información de interés público, así como informes gubernamentales con temas valiosos. Aun con las diferencias existentes en el tamaño de cada uno de los medios, de sus equipos de trabajo y dinámicas, su contribución estuvo enfocada especialmente en profundizar las historias detrás del contenido viral.

Para ello se concentraron en tratar de disminuir la incertidumbre, mediante el análisis de temas como medidas sanitarias, tratamientos contra el virus, teorías conspirativas, vacunación, discursos públicos, que eran los que despertaba un mayor interés y en los que imperaba la desinformación.

A partir de allí, inicia un proceso que puede demorar días o meses, caracterizado por consultas a diversas fuentes y documentos oficiales para dar con un veredicto respecto a la veracidad de la información.

En la revisión a fotos o videos emplean técnicas que son comunes en el periodismo, e incluso están al alcance de los usuarios, como la búsqueda inversa de imágenes, o más avanzada en Google y Twitter.

En este sentido, sobre la base de un amplio proceso de recopilación de información, construyen un relato en el que el público no sólo puede conocer la conclusión, sino todos los

caminos que llevaron a ella. De esta forma, marcan la distancia del estilo del contenido desinformativo, en el que los lectores no tienen la posibilidad de comprobar de inmediato la veracidad; el fin es que llegue a una mayor cantidad de gente que se quede con ese mensaje sin profundizar.

Por esta razón, el fact checking se ha convertido en un rol indispensable para la toma de decisiones en una sociedad que cada vez recibe cantidades abrumadoras de información, sin tener la capacidad de procesarla. A raíz de hechos inesperados como la pandemia, resulta una herramienta de apoyo para acontecimientos de relevancia, que avanzan con rapidez, de cara al futuro.

El rol de AFP Factual y Fast Check CL no sólo ayudó a sortear la desinformación, sino a sí mismos a constituirse como una fuente confiable de consultas. Su trabajo dejó en evidencia que este tipo de proyectos va más allá de seleccionar material para desmentir: está en entregar un mensaje sencillo que llegue a todos para que puedan formar su criterio.

5.2 Recomendaciones

Ante un escenario de tal complejidad, los periodistas deben adoptar métodos más rigurosos en la verificación. Ahora, un hecho puede cobrar notoriedad pública a través de un relato de algún usuario de Twitter y Facebook. Rost y Bernardi (2016) afirman que “los retuits y comentarios pueden amplificar y viralizar esa publicación (...) así podría ser advertido por medios tradicionales, que le darían una dimensión pública mayor, convirtiéndolo en relato periodístico y hasta lo podrían ingresar al menú de la agenda informativa” (p.9).

Esta realidad plantea la convergencia del periodismo con las redes sociales y, en general, al mundo digital. El profesional a cargo debe ser capaz de filtrar y contrastar la cantidad de contenido noticioso que se recibe a diario con la misma rigurosidad, aunque tratando de que se dé a conocer con premura. Cuando un suceso se desarrolla con tanta rapidez como ocurre en las redes sociales, es normal que las tendencias cambien de la misma manera.

Castillo (2017) plantea que “el rumor forma parte, actualmente, de la agenda periodística y ello implica derechos y obligaciones para el profesional de los medios. Derecho a nutrirse de diversas fuentes y eventualmente a convertir en pública la información que se recibe, con la obligación a que esta sea verosímil y confiable” (p.12).

Esta premisa es el foco de las plataformas de Fact Checking, no sólo adaptarse a las tendencias, sino además entregar un contenido lo suficientemente verificado que fortalezca la confianza con su usuario, despierte su interés crítico y lo empodere a adoptar posturas de discernimiento ante la información de mala calidad.

En cuanto a este proyecto, se espera que sirva como aporte para mostrar que el periodismo puede adaptarse y evolucionar. Así como en la pandemia, los comunicadores/ periodistas tuvieron que abordar nuevos desafíos, esto puede servir para emularlo en otros acontecimientos históricos que puedan desencadenarse en el futuro.

De igual modo, para que se profundice en el estudio de la desinformación. Si bien hay ahora existen herramientas o estrategias para combatirla, queda una tarea pendiente...¿Quiénes deben hacerse cargo de este problema?, ¿Cómo empoderar a la sociedad para facilitar la identificación de este tipo de contenido que cada vez es más elaborado?, ¿Deben plantearse sanciones más duras en su difusión o regulaciones en esta materia? La desinformación es capaz de atacar los cimientos de la democracia, por lo que se hace necesario asumir una postura de mayor rigurosidad en el tema.

Anexos

Anexo 1: Hoja de entrevista

Entrevista: AFP Factual y Fast Check CL

Nombre entrevistado:

Cargo:

Criterios de selección:

1. ¿Cuál es el criterio utilizado para seleccionar una información y chequear su veracidad?

Respuesta 1:

2. ¿Cuáles son los medios más utilizados para recopilar contenido destinado para el proceso de verificación?

Respuesta 2:

Herramientas de Verificación

3. ¿Cuáles son las herramientas/estrategias/fuentes que utiliza para la verificación de información y cuál es el uso que se le da a cada una de ellas?

Respuesta 3:

4. Describir cuáles son los pasos definidos para la verificación de información. ¿Son iguales siempre o varían dependiendo del contenido?

Respuesta 4:

Pandemia y reflexiones

5. ¿Cómo describiría el rol que tuvo AFP factual / Fact Check CL en temas relacionados con la salud durante el periodo de pandemia de 2020-2021?

Respuesta 5:

6. De acuerdo con vuestra experiencia... ¿Cuáles fueron las particularidades más comunes que pudieron detectar en el contenido analizado en este tiempo?

Respuesta 6:

7. ¿Cuál considera es el aporte que ha tenido AFP factual/ Fast Check CL mediante el fact checking en este tipo de acontecimientos históricos?

Respuesta 7:

Bibliografía

- Agence France-Presse. (14 de marzo 2020). *Verificaciones de la AFP en español sobre el nuevo coronavirus*. Recuperado: <https://factual.afp.com/verificaciones-de-la-afp-en-espanol-sobre-el-nuevo-coronavirus>
- Aguilar, B (2017). *Posverdad en medicina. Cómo pensamos y en qué creemos los médicos*. Revista Uruguaya de Cardiología, volumen 32, P.234-p.239.
- Aliaga, C. (2022). "Fake News: el peligro de las noticias falsas y su impacto en la ciudadanía". Universidad de Chile. Recuperado: <https://www.uchile.cl/noticias/188632/fake-news-el-peligro-de-la-desinformacion-y-su-impacto>
- Amorós, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Barcelona, España. Plataforma Editorial.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología científica*. (6ª ed.). Caracas: Episteme.
- Bernabé, J. (2017). *El periodismo preventivo como técnica pedagógica para evitar la desinformación en crisis y conflictos: los casos de Chihuahua y Ciudad Juárez*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.
- Califano, B (2015). *Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político*. Revista Mexicana de Opinión Pública, volumen 19, p.67.
- Castillo (2017). *El problema de las falsedades en redes sociales*. Universidad de Sevilla. Sevilla, España
- Chaccour, C. (2020). *Infodemia: ¿Cómo ha afectado la epidemia de desinformación a la respuesta frente a la COVID-19?*. Barcelona, España. Instituto de Salud Global.
- Chetty S. (1996). *The case study method for research in small- and médium - sized firms*. International small business journal, volumen 5.
- Clavero, M, y Rodríguez, G. (2021). *Gestión informativa de la infodemia en medios digitales: experiencia de las agencias de noticias*. Revista Panamericana de Salud Publica, volumen 25, p.2.

Comisión Europea (2021). *Combatir la desinformación sobre el coronavirus*. Recuperado: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation/tackling-coronavirus-disinformation_es

De Backer, F. (2019). *Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España.

Fabry, M. (2017). *Here's How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs Before the Internet*. Nueva York, Estados Unidos. Revista Time. Recuperado el 2 de septiembre en: <https://time.com/4858683/fact-checking-history/>.

Fast Check CL. (3 de marzo de 2020). *Fact-checking al Covid -19*. Recuperado: <https://www.fastcheck.cl/category/covid19/>

France 24 (21 de octubre de 2020). *La desinformación amenaza la respuesta al covid-19 en las Américas, alerta OPS*. Recuperado: <https://www.france24.com/es/minuto-a-minuto/20201021-la-desinformaci%C3%B3n-amenaza-la-respuesta-al-covid-19-en-las-am%C3%A9ricas-alerta-ops>

Goñi, I. (2000). *Algunas reflexiones sobre el concepto de información*. vol.8. La Habana, Cuba. Recuperado el 2 de septiembre en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352000000300005

Hamelink, C. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. Londres, Reino Unido. Sage Publications.

Graves, L, y Glaisy, T. (2012). *The Fact-Checking Universe in Spring 2012*. Washington, D.C, Estados Unidos. New America Foundation.

López, F (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación, número 4, P.167-p.179.

Mayoral, J, et al. (2019). *Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica*. Madrid, España. Ediciones Complutense.

Monje, A (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Guía Didáctica*. Universidad Surcolombiana. Neiva, Colombia.

Monroy, S (2009). “*El Estudio De Caso: ¿Método o Técnica de Investigación?*”. Revista de la Asociación Mexicana de Metodología de la Ciencia y de la Investigación, Volumen 1. (p.46).

Noticias ONU (24 de septiembre de 2020). *La brecha digital no debe convertirse en un nuevo rostro de desigualdad en América Latina*.

Recuperado: <https://news.un.org/es/story/2020/09/1481182>

Organización Panamericana de la Salud (2021). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19*. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf

Oxford University Press (2016). *Oxford Dictionary*. Reino Unido. Recuperado el 3 de septiembre en: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

Peña, G, et al (2021). *Fact checking durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia*. Revista de comunicación, volumen 20 número 1. p.197-p.215.

Pérez, O. (2016). *Metodología para la elaboración de estudios de caso en responsabilidad social*. Bogotá, Colombia. Editado por Universidad Externado de Colombia.

Richter, U (2018). *El ciudadano digital: Fake news y posverdad en la era de internet*. Barcelona, España. Océano.

Rost y Bernardi (2016). *Periodismo Transmedia: la narración distribuida de la noticia*. Neuquén, Argentina. Editado por Publifadecs.

Troncoso, C, y Amaya A. (2016). “*Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud*”. Revista Facultad de Medicina Universidad Católica de la Santísima Concepción. Volumen 65. P.332.

Ufarte, M, y Murcia, F, (2018). *El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo*. Estudio de caso de Miniver. Miguel Hernández Communication Journal, número 9. P.511-p.534.

Vegas, X, et al (2020). *Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19*. Hipertext.net, Universitat Pompeu Fabra, número 21, p.80-p.92.

Villar, J. (2009). *Estados de Comunicación*. Madrid, España. Editorial Cultivalibros.

Wardle, C (2017). *Informational disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report.

Watzlawick, P. et al. (1985). *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Tiempo Contemporáneo.

Zarzalejo, J (2017). *La era de la posverdad: realidad vs. percepción*. Revista UNO, número 27. p.11-p.13.