



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN  
FACULTAD DE COMUNICACIONES, HISTORIA Y CIENCIAS  
SOCIALES  
CARRERA DE PERIODISMO**

**ANÁLISIS DEL DISCURSO AUTODECLARATIVO DE LAS  
PLATAFORMAS DE FACT CHECKING INDEPENDIENTES,  
UNIVERSITARIAS Y MEDIÁTICAS CHILENAS**

Tesis para optar al grado académico de Licenciada en  
Comunicación Social y al título profesional de Periodista

**Alumna  
Sophia Andrea De Jesús Luengo Cuevas  
Profesora Guía  
Dra. Claudia Tapia Vásquez**

Concepción, abril 2023

*En agradecimiento a todos y todas quienes fueron parte de este proceso. En primer lugar, mi familia, que me ha acompañado en forjar mi camino y vida. A mis amigos, quienes fueron cruciales durante toda mi vida, personal y universitaria, quienes me acompañaron en los momentos más difíciles que esta etapa conllevó y no dejaron que me rindiera. A mi profesora guía, por todo su apoyo y dedicación a la hora de trabajar y corregir. A mis profesores, que contribuyeron en mi aprendizaje y crecimiento. Y, sobre todo, a mi abuelita Esi, quien siempre me motivó a terminar mi tesina y convertirme en una profesional completa, quien con sus palabras de aliento ayudó a sortear todo momento de inseguridad o tristeza.*

*“El poder para moldear el futuro estará en manos del periodismo de las generaciones futuras”.*

Joseph Pulitzer

## Contenido

Contenido .....	3
Capítulo I: Presentación del problema .....	5
1.1 Problema y Justificación.....	5
1.2 Delimitaciones .....	7
1.3 Preguntas de investigación .....	7
1.4 Objetivos .....	7
1.4.1 Objetivo general .....	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
1.5 Justificación y relevancia de la investigación.....	8
1.6 Viabilidad del estudio .....	9
Capítulo II: Marco Teórico .....	10
2.1 Posmodernidad .....	10
2.1.1 El individuo posmoderno y las redes sociales .....	11
2.2 Digitalización .....	11
2.2.1 La digitalización en el periodismo .....	13
2.3 Posverdad .....	14
2.4 Redes sociales .....	17
2.4.1 Desinformación .....	18
2.5 Fake News .....	19
2.6 Fact Checking.....	21
2.6.1 Orígenes del <i>Fact Checking</i> .....	23
2.6.2 El rol del Fact Checking en el periodismo y la sociedad.....	25
2.6.3 Discusión sobre el concepto de Plataformas de <i>Fact Checking</i> .....	27
2.6.3.2 Plataformas de <i>Fact checking</i> en el mundo.....	27
2.6.3.3 Plataformas de <i>Fact Checking</i> en Chile .....	28
2.6.4. Financiamiento de las plataformas de Fact Checking.....	30
2.7. Discursos autodeclarativos.....	30
2.7.1. Tipos de discurso.....	31
Capítulo III: Especificaciones metodológicas .....	33

3.1 Enfoque de Investigación.....	33
3.1.2 Alcance .....	34
3.1.3 Diseño de la investigación.....	35
3.2 Métodos y técnicas .....	35
3.2.1 Métodos y técnicas de recolección de información.....	35
3.2.2 Métodos y técnicas de análisis .....	36
3.3 Universo/Población .....	38
Capítulo IV: Resultados .....	40
4.1 Análisis categorial del discurso autodeclarativo de Plataformas Independientes en Chile .....	40
4.2 Análisis categorial del discurso autodeclarativo de Plataformas de <i>Fact Checking</i> Universitarias en Chile .....	49
4.3 Análisis categorial del discurso autodeclarativo de Plataformas de <i>Fact Checking</i> Mediáticas en Chile .....	52
4.4. Análisis tipología del discurso autodeclarativo de Plataformas de <i>Fact Checking</i> Independientes en Chile .....	59
4.5. Análisis tipología del discurso autodeclarativo de Plataformas de <i>Fact Checking</i> universitarias en Chile.....	59
4.6. Análisis tipología del discurso autodeclarativo de Plataformas de <i>Fact Checking</i> Mediáticas en Chile .....	60
4.7 Discusión de los resultados .....	62
Capítulo V: Conclusiones.....	65
Bibliografía .....	70

## Capítulo I: Presentación del problema

### 1.1 Problema y Justificación.

Desde el inicio de la digitalización y con la llegada del internet a la vida de las personas, el acceso y producción de información se ha masificado, trayendo a su vez grandes frutos y avances, los cuales han mejorado enormemente su estilo de vida e influenciado en todas las áreas de desarrollo. Entre ellas, la educación, salud, cultura, pero también en las comunicaciones.

Sin embargo, el descontrolado acceso a la información se convirtió en lo que el especialista en información Alfons Cornella (2003), conceptualiza como Infoxicación, y con ello, vicios tales como la transmisión y creación de noticias falsas o *Fake News* viven un auge.

Desde el año 2016 se observa la proliferación de fenómeno, comenzando con las elecciones políticas ocurridas en Estados Unidos y llegando a su punto máximo con la pandemia del COVID 19. En Chile, la situación no es distinta, pues la cantidad de *Fake News* que había iniciado su expansión durante el Estallido social de octubre de 2019, aumenta con la propagación del virus en el país.

Según un estudio realizado por *Reuters Institute*, en el cual se encuestó a más de 80 mil consumidores de noticias, Chile vive una profunda crisis de confianza en los medios de comunicación, debido a la gran cantidad de noticias falsas a las que el público se había expuesto. Lo anterior, trajo como resultado que menos de un tercio de los entrevistados dijo confiar en los medios y los periodistas (Lagos, 2021, s.p.).

El periodista, quien por esencia “tiene la misión de proteger la democracia buscando la verdad y denunciando la mentira, sobre todo de aquellos que ostentan algún tipo de poder” (David García en “Las *fake news* y los periodistas de la generación Z. Soluciones *post-millennial* contra la desinformación”), encuentra una forma de combatir los bulos y recuperar la confianza del público a través del *Fact Checking* o Verificación de Datos.

En otras palabras, en un ambiente informativo que “denota circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que aquellos que apelan a la emoción o la creencia personal” (*Oxford Dictionary*, 2016), la verificación realizada por las plataformas y sus trabajadores se convierte en un factor crucial de reivindicación y lucha por la preservación de una verdad objetiva y basada en los hechos.

En este contexto comunicacional, se desarrolla la presente investigación reconociendo a las plataformas de *Fact checking* como medios de comunicación, esto pues, trabajan según

los lineamientos de una editorial o marco regulador que rige lo que se publica, el tratamiento, enfoque y análisis que se le dará a dicha información. Además, de que quienes ejercen las labores de verificación corresponden a periodistas debidamente formados, los cuales basan su trabajo en el reporte y el contacto con la fuente. En este sentido, se entiende tanto a los medios convencionales del periodismo (televisión, radio, prensa) y a las plataformas de *Fact Checking* (iniciativas periodísticas que verifican información y datos entregados por fuentes o difundidos en las redes sociales), como sistemas creadores de contenidos que guían y enmarcan el diálogo de la sociedad, contribuyendo a la comprensión de la información en un entorno rodeado por mentiras, exageraciones, falsedades, desviaciones y, por supuesto, intentos de manipulación.

Ahora, y tal como se mencionó anteriormente, al ser un medio de comunicación posee una línea editorial o discurso autodeclarativo que enmarca este diálogo. No obstante, en algunos casos esta línea se encuentra implícita o difusamente expuesta, siendo reconocida solo en aspectos como el tratamiento de la información, las fuentes contactadas, la corriente ideológica de sus fundadores, etc.

El caso de las plataformas de verificación es interesante pues este discurso de voz propia, concebido por Carmen Fuente (2007) como “el alma de la empresa informativa, el elemento sobre el que ésta construye y manifiesta su identidad hacia fuera y hacia dentro y, por tanto, la condición de su independencia” (pág. 459); se encuentra visiblemente expuesto, en secciones de sus páginas web o redes sociales, como “Quiénes somos”, “Sobre Nosotros”, “Qué hacemos”, “Nuestro Equipo”, “Metodología”, etc.

La presente tesina se sustenta tomando en consideración el trabajo de “aclarar y arrojar luz a todas aquellas informaciones construidas de forma no adecuada o falsa” (Vázquez-Herrero, J., Vizoso A., 2019, pág. 132) que realizan las plataformas de *Fact Checking* en el contexto mediático e informativo. El cual “responde al objetivo misional del periodismo como profesión: ofrecer información veraz y contrastada para que el ciudadano obtenga un mejor conocimiento del asunto tratado” (Rodríguez Pérez, C., 2020, pág. 244.). Por lo que se busca analizar cuál es el contenido editorial con el cual se rige cada una de ellas, así como cuáles son las diferencias y similitudes entre estos lineamientos según los diferentes tipos de plataformas presentes en el país, debido a que según estos marcos ideológicos se redactan, investigan y difunden las verificaciones realizadas por las mismas. Y por último, pero no menos importante, la tipología del discurso argumentativo circunscrita y dominante en el contenido de estas, la cual guía el objetivo de la plataforma en su representación hacia el público.

## 1.2 Delimitaciones

Esta investigación se encuentra enmarcada en el análisis de las 12 plataformas chilenas activas hasta junio de 2022, las cuales se encuentran divididas en tres categorías principales, Independientes, Universitarias y Mediáticas.

Dicho estudio se realiza en el marco de las asignaturas Técnicas y métodos de la investigación y Seminario de investigación, “Chequeo al Fact checking: estudio de las plataformas de verificación de datos chilenas”, del plan curricular de la carrera de Periodismo de la Universidad de la Católica de la Santísima Concepción, como requisito para la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la comunicación desde marzo de 2022 hasta diciembre del mismo año.

Dentro del trabajo de análisis se comparan los discursos autodeclarativos presentes en las áreas “Quiénes somos”, “Sobre nosotros”, “Nuestro equipo”, etc., para determinar el contenido editorial, las diferencias y/o similitudes de dichos discursos presentes en los diferentes tipos de plataforma; y la tipología discursiva predominante en cada uno de ellos.

## 1.3 Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación de este estudio son las siguientes:

- Cuáles son los contenidos centrales del discurso autodeclarativo de las plataformas de *Fact Checking* independientes, universitarias y mediáticas en Chile
- Cuál es el tipo de discurso argumentativo prevalente de las plataformas de *Fact Checking* independientes, universitarias y mediáticas en Chile.
- Cuáles son las similitudes y diferencias de los contenidos y tipos de discurso editorial entre las plataformas de *Fact Checking* independientes, universitarias y mediáticas en Chile

## 1.4 Objetivos

### 1.4.1 Objetivo general

Analizar y comparar el discurso autodeclarativo de las plataformas de Fact Checking universitarias, independientes y mediáticas en Chile

### 1.4.2 Objetivos específicos

- Distinguir los contenidos centrales del discurso autodeclarativo de las plataformas de *Fact Checking* independientes, universitarias y mediáticas en Chile
- Identificar los tipos de discurso argumentativo de las plataformas de *Fact Checking* independientes, universitarias y mediáticas en Chile

- Enumerar las similitudes y diferencias del discurso de voz propia entre las plataformas de *Fact Checking* independientes, universitarias y mediáticas en Chile

### 1.5 Justificación y relevancia de la investigación

La Desinformación y las *Fake News* se han instalado como protagonistas del paradigma mediático y social actual. “Las fake news o noticias falsas se han convertido en una constante dentro del Periodismo y en un verdadero problema a la hora de discernir la verisimilitud de una información” (González, 2019, pág. 31.).

Asimismo, debido a que “el uso de las redes sociales ha crecido exponencialmente en los últimos años y, con ello, la posibilidad de que los usuarios consuman bulos o fake news a través de ellas” (Rodríguez-Martínez et al, 2021, cap. 3, pág. 25.), el Periodismo, como profesión, ha entrado en una creciente y aguda crisis de confianza y respeto.

“Las redes sociales permiten una alta velocidad en la transmisión de los datos, sean estos reales o no, así que la desinformación se puede difundir muy rápidamente entre grandes grupos de personas” (Ruiz, E., 2022, pág. 10). Información falsa que es confundida por el público como verdadera, al provenir de páginas que se hacen pasar por medios de comunicación o periodistas.

Dejado en claro el escenario actual al que se enfrenta el Periodismo, el cual ha obligado a los profesionales a actualizar sus prácticas, formas y técnicas con el fin de recuperar la legitimidad perdida de la profesión. En este combate por la reivindicación, surgen como resultado, las plataformas de verificación (Lowrey, 2015, pág. 7).

En ese contexto, la investigación propuesta instala a las iniciativas de verificación como un productivo objeto de estudio, pues tiene la particularidad de analizar y conocer el tejido discursivo de los medios de comunicación social llamado “línea editorial”, concebida por Aznar (2003) como la matriz desde la cual ellos comprenden e interpretan la realidad social en términos valóricos, ideológicos, políticos, culturales, etc. y a la que el periodista adhiere para desarrollar su trabajo.

Es precisamente desde este punto que esta investigación aborda el fenómeno del Fact Checking pues, a diferencia de los medios tradicionales, las plataformas dedicadas a la verificación de datos, transparentan el discurso identitario para instalarse en la comunicación social, como medios que se autodefinen, caracterizan, explican y legitiman, a través de secciones como “Acerca de” o “Sobre Nosotros”. Es en estos espacios donde las plataformas,

convertidas en actores de un sistema de prensa, han visibilizado lo que otros medios de información eluden: la línea editorial.

La investigación propuesta pretende un ejercicio inédito, pues se desarrolla con el objetivo de develar un espacio que puede ser desconocido para el público, la llamada “zona oscura” de los medios. La cual, como menciona Aznar (2003) se encuentra invisibilizada a pesar de su relevancia para el funcionamiento de estos. No hay registro de ella ni siquiera en los manuales de estilo, nunca nadie la ha visto o leído y sus aproximaciones derivan de estudios académicos, de las fuentes que se seleccionan y las que se silencian, de la tematización y jerarquización de la agenda, del contenido de columnas y editoriales, de un determinado uso del lenguaje, etc. Es decir, la matriz desde la cual el medio de comunicación construye, comprende e interpreta la realidad social y comunica los hechos socialmente relevantes no está escrita y, tal como añade el autor, si alguna vez lo estuvo alguien la guardó en una caja fuerte y olvidó la clave.

Este estudio trabaja con los discursos autodeclarativos del sistema de prensa de un vehículo periodístico que ha llegado a “fortalecer la democracia, aumentar la rendición de cuentas e incentivar la participación ciudadana mejor informada, con foco en los hechos y la apertura y circulación de más datos fidedignos” (Zommer, 2014, pág. 4.), esto es, las plataformas de Fact Checking. Objeto de análisis de esta tesina, pues como se mencionó, a diferencia de otros medios si expresan su discurso de voz propia.

### **1.6 Viabilidad del estudio**

Este estudio presenta una alta viabilidad, pues se trabaja con el 100% del universo de análisis presentando una alta objetividad y precisión tanto en su investigación, como en el desarrollo de resoluciones finales.

## Capítulo II: Marco Teórico

### 2.1 Posmodernidad

El ser humano se encuentra por esencia en una constante interacción con otros individuos que conforman la sociedad. Teniendo en consideración este contexto de correlación personal que evoluciona y cambia en conjunto con las personas, el concepto de Posmodernidad surge, según Vázquez Rocca (2011), como “una emancipación de la razón y de la libertad de la influencia ejercida por los “grandes relatos”, los cuales, siendo totalitarios, resultaban nocivos para el ser humano” (pág. 3).

La búsqueda del humano por romper con lo establecido trae consigo nuevas características que “permiten la liberación del individuo, quien, despojado de las ilusiones de las utopías centradas en la lucha por un futuro utópico, puede vivir libremente y gozar el presente siguiendo sus inclinaciones y sus gustos” (Vázquez Rocca, 2011, pág. 3).

Sin embargo, esto no es algo nuevo, pues años atrás fue anticipado por el filósofo francés Jean François Lyotard en su texto *La condición posmoderna, informes sobre el saber*. En este detalló que la concepción del posmodernismo proviene de los cambios y luchas sociales.

La sociedad forma un todo funcional, la sociedad está dividida en dos. Se puede ilustrar el primer modelo con el nombre de Talcott Parsons (al menos, el de la postguerra) y de su escuela; el otro con la corriente marxista (todas las escuelas que la componen, por diferentes que sean entre sí, admiten el principio de la lucha de clases, y de la dialéctica como dualidad que produce la unidad social. (Lyotard, J, 1987, pág. 13).

El quiebre de los paradigmas sociales en el posmodernismo deriva en el cuestionamiento de todas las áreas de la vida, entre ellos, la verdad.

Según Zygmunt Bauman (1996), en esta apertura hacia nuevas formas de relacionarse y entender el mundo, el hombre entra en una constante crisis en sus creencias.

El acceso al conocimiento -la llave genuina para ampliar la esfera de la libertad- empieza a ser el indicador principalísimo del estatus social. Se comprende que esto aumenta la atracción de la información, en comparación con otros signos simbólicos solicitados por su aptitud para conferir certeza. (Bauman, Z, 1996, pág. 12).

En su libro *Modernidad líquida*, Bauman, expone la percepción con la que se representa a los miembros de esta llamada Sociedad posmoderna, mencionando que se les considera:

Primordialmente en calidad de consumidores, no de productores. Esa diferencia es esencial. (...) Hay un piso de lo que uno necesita para seguir con vida y ser capaz de hacer lo que exige el rol de productor, pero también un techo de lo que se puede soñar, desear o procurar (...), sin temor de ser rechazado, reprendido y castigado". (Bauman, pág. 82)

### **2.1.1 El individuo posmoderno y las redes sociales**

Otro aspecto que contribuye en el tránsito a esta época posmoderna es la llegada de internet y los medios digitales, los cuales promueven la ruptura de barreras que antes dominaban al ser humano como lo son el tiempo y el espacio. Esto trae consigo nuevas formas de hacer comunidad y configurar al ser humano posmoderno. "La explosión de información, la saturación de medios, su acceso a los medios privados de las personas, la publicidad articulando las esferas mediáticas, etc. constituyen un flujo de significadores que llueven sobre niños, jóvenes y adultos" (Fueyo, 2006, pág. 457, citado por Hernández, 2019, pág. 36.).

Al respecto, Elizondo y Picot (2011) añaden que las redes sociales "se establecen como un tipo de mercancía, dado que satisfacen y crean nuevas necesidades subjetivas y personales. (...) nos permite hoy hablar de una revolución en las relaciones interpersonales" (pág.4).

Paradigmas fuertemente establecidos como la percepción del amor, según Herrera (2012), en la sociedad posmoderna son solo "una utopía colectiva que se expresa en y sobre los cuerpos y los sentimientos de las personas, y que, lejos de ser un instrumento de liberación colectiva, sirve como anestésico social" (s.p.). Esta se difunde en las redes sociales con el objetivo de pertenecer a cierto grupo o adoptar cierta postura frente al tema.

En esa misma línea, Hernández (2019) argumenta que es "en esas 'subjetividades on line', donde los sujetos realizan una reconstrucción de su identidad basada en estereotipos para reclamar una aceptación social". Se produce así "una gran paradoja basada en la supuesta libertad individualizada que ofrece Internet, y, por el contrario, la necesidad de someterse a hipotéticos juicios aprobatorios de unos semejantes virtuales" (pág.26).

## **2.2 Digitalización**

Este proceso caracterizado por la irrupción del internet en la vida de las personas es descrito como:

Proceso mediante el cual un mensaje se convierte en una sucesión de impulsos eléctricos, equivalente a dígitos combinados (código binario), el 0 ó el 1 (en realidad es una serie de apagado y prendido de impulso combinados). Estos dígitos son los llamados bits. De esta forma, todo mensaje que es susceptible de transformarse en señal eléctrica y ser codificado digitalmente puede almacenarse en soporte informático o transmitirse como tren de impulsos por una red adecuada (hilo telefónico, microondas, fibra óptica, cable coaxial, etc.) El código digital o binario es la base del tratamiento informático y de la tecnología de la información en su estado actual. (Universidad de Concepción, s.f.)

Delgado Planás (2016) sostiene que la digitalización es el proceso que permite:

La conversión de las obras analógicas a formato digital, o la creación directamente en ese formato, con lo que veremos que conlleva. (...). Esa ruptura provoca que las obras sean más fáciles de copiar y de difundirse (con la ayuda de Internet, la convergencia tecnológica y el avance de la informática de consumo). (Delgado, 2016, pág. 16)

Desde lo laboral, la digitalización tiene sus raíces en la invención del correo electrónico en la década del 1970, pues, “revolucionó la manera en que nos comunicamos y trabajamos en la actualidad. El PC (Computador Personal) resultó en otro hito de trascendencia importante en la transformación del puesto de trabajo y la digitalización de tareas empresariales de primer orden” (IT Madrid, 2016).

A lo anterior, se suma, “la aparición de Web en los años 1990, hito significativo en la evolución tecnológica de las empresas, facilitando la comunicación, comercio, aprendizaje, e intercambio de información a escala mundial” (IT Madrid, 2016).

Esto significó un gran paso para la sociedad y la tecnología, pero también se tradujo en una fuerte crisis para los medios de comunicación convencionales. Los cuales debieron adaptarse y reestructurar sus contenidos incorporando las nuevas herramientas que el internet ofrecía.

Con el paso de los años y los avances en el área de la tecnología se da paso desde la Digitalización a una “Era digital”. Al respecto, Arab y Díaz (2015), mencionan que:

Los medios digitales generan múltiples nuevos contextos para expresar y explorar aspectos de la identidad. Los individuos actúan en distintos espacios, creando diversas identidades que van cambiando a muy rápida velocidad y que pueden generar experiencias interpersonales e intrapersonales enriquecedoras o destructivas, según cómo se utilice la comunicación online. (Arab y Díaz, 2015, pág. 8).

Según argumentan los autores “lo transmitido a través del ciberespacio y de las redes sociales en general, cumple con los criterios del concepto clásico de comunicación y de sus postulados, pero se agrega (...) que ejerce una función de mediatizador entre las personas” (Arab y Díaz, 2015, pág. 3).

### **2.2.1 La digitalización en el periodismo**

Con el surgimiento de Internet, factores como la instantaneidad, el flujo y el acceso a la información sufrieron grandes cambios, contribuyendo a la Digitalización.

Específicamente en el periodismo, estos cambios se reflejan, por ejemplo, en la elaboración y el ejercicio de la pauta periodística, así como también, en la rutina de los profesionales a la hora de redactar una noticia.

El internet:

A manera de soporte giratorio para texto, imagen, vídeo y audio, se convierte en una competencia seria para los soportes tradicionales de los medios masivos, depósitos de información y conocimiento. Para muchas redacciones periodísticas, Internet no significa ya competencia ni peligro, sino que un motor de crecimiento. (Meier y Torres, 2010, pág.2).

En relación al último punto, la mejora se observa además en la ampliación de espacios otorgados a periodistas.

La evolución de los medios digitales ha sido muy acelerada e intensa. Al igual que ocurre con los seres humanos, que crecen más rápido en los primeros momentos de vida para remansar su crecimiento después, los medios digitales

han mostrado una gran mutabilidad en estos años iniciales. (Salavarría, 2019, pág. 7).

Tal es el caso de secciones dedicadas al periodismo digital, así como también, cuentas creadas por los mismos profesionales especializadas en temas y con un público específico. Un ejemplo de ello es el diario La Tercera, donde detallan “un cambio en la forma de trabajar de la redacción periodística, la creación de un área enfocada específicamente en las audiencias y una suscripción digital que nace para adaptarse a las necesidades del mundo moderno” (La Tercera, 2019).

Asimismo, Meier y Torres (2010) explican que antes debido a la tecnología de la época los procesos eran estrictamente lineales, unidireccionales y monomediales. Sin embargo, en la actualidad las tareas de producción y distribución se dan de forma más rápida y mediante estrategias multicanales.

No obstante, no todo es positivo, “los problemas éticos se amplifican, pues el periodista se enfrenta a una dinámica informativa que le obliga a tomar decisiones con mayor rapidez y cuyos efectos pueden resultar imprevisibles por el carácter viral e inmediato de la información” (Cruz y Suárez, 2017, pág. 4).

En esa misma línea, Restrepo y Botello (2018) añaden que “ante el dilema frecuente: o noticias al instante, o noticias producidas sin prisa, la diferencia la hace la voluntad de servir a la audiencia antes que al negocio” (pág. 10). Es aquí cuando la ética del periodista entra al juego, así como también su profesionalismo.

### **2.3 Posverdad**

El término, proviene del inglés *post-truth* y según su significado original, “denota circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que aquellos que apelan a la emoción o la creencia personal” (Oxford Dictionary, 2016, s.p.). Esta definición incorpora el concepto “emocionalidad”, el cual es muy relevante para entender la posverdad, esto pues, suele ser influenciada por subjetividades de cada persona. El impacto de esta palabra es tal, que en el año 2016 es elegida por el diccionario como la palabra del año.

En esta misma línea, a fines del 2017, la Real Academia de la Lengua Española lo incorpora a su diccionario, definiéndolo como una "distorsión deliberada de una realidad que

manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (Real Academia de la Lengua, 2017).

Con el propósito de ayudar a comprender la utilización del término en los tiempos actuales, Juan Antonio Nicolás Marín (2017) en *Posverdad: Cartografía de un fenómeno complejo*, añade que la posverdad es:

Una situación en la que no importa que algo sea verdadero, lo determinante son los intereses, la imagen, el rendimiento o la eficacia para determinados fines. La verdad habría llegado a su fin, habría perdido su vigencia en nuestras vidas y, por tanto, habría quedado superada. (Marín, 2017, pág. 304).

En esta misma línea, Mercedes Caridad-Sebastián, Ana-María Morales-García, Sara Martínez-Cardama y Fátima García-López en “Información y posverdad: el papel de las bibliotecas” le asignan un papel antagónico en el correcto desarrollo de la democracia actual. Postulan que la posverdad:

Constituye un peligro para los sistemas democráticos pudiendo dirigir a los ciudadanos hacia formas particulares de pensar: desinformando o haciendo propaganda sobre personas y acontecimientos. Desde la perspectiva del individuo, tendría implicaciones en cuanto a la dinámica de la transmisión y asimilación de la información. (Caridad-Sebastián, Morales-García, Martínez-Cardama y García López, 2018, pág. 893).

Esta es transversal en sus consecuencias, es decir, trasciende todas las capas y aspectos de la ciudadanía y constituye un gran peligro para la democracia. Esto pues produce desinformación y duda en las personas o acontecimientos (Caridad-Sebastián, Morales-García, Martínez-Cardama y García López, 2018, pág. 893).

La primera aparición del término posverdad data de 1992, donde el guionista y novelista Steve Tesich, la acuña dentro de un artículo sobre la Guerra del Golfo, publicado en la revista *The Nation*. Jaime Rubio (2016) dentro de una columna sobre Lengua en el diario *El País* reflexiona acerca de esta primera aparición de la palabra, “Tesich lamentaba que nosotros, como pueblo libre, hemos decidido libremente que queremos vivir en una especie de mundo de la posverdad, es decir, un mundo en el que la verdad ya no es importante ni relevante” (s.p.).

Pero, la Posverdad no solo aplica a la era digital, pues ya había sido utilizado tanto para conceptualizar las mentiras dentro del área de la política, como en la literatura distópica.

Un ejemplo de esto último son las novelas de George Orwell. Esto lo confirma Raúl Rodríguez-Ferrandiz (2019) en *Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía*, quien asegura que:

Hay precedentes muy autorizados de autores que sobrevolaron el concepto, sin llegar a acuñarlo, mucho antes de la era digital. Tanto George Orwell (2017 [1942]) como Alexandre Koyré (2015 [1943]) se refirieron a la mentira en el ámbito del discurso político, con el trasfondo de la recientemente acabada Guerra Civil española en el primer caso, y de la II Guerra Mundial en pleno apogeo en el segundo. (Rodríguez-Ferrandiz, 2019, pág. 3).

No obstante, es hasta los primeros años del 2000, cuando se asienta en la sociedad de la mano del internet. Es más, el auge de la posverdad se observa sobre todo en dos procesos político-sociales de los últimos años, esto es, las vísperas de las elecciones presidenciales de Estados Unidos y el Brexit en Reino Unido.

Lo anterior debido a la gran proliferación de *Fake news* o noticias falsas que generaron ambas instancias en sus países y en el mundo, y las cuales desembocaron a su vez en la creación de una posverdad al respecto de ellas.

Las redes sociales, han jugado un papel muy importante en el fortalecimiento de este fenómeno pues, tal como explica Miquel Rodrigo Alsina (2019) en *Periodismo, ética y posverdad*:

Los nuevos canales y fuentes de información no solo amplían la oferta de la producción del conocimiento producido por el periodismo, sino que permiten que el lector y la audiencia tengan acceso a las diferentes versiones de los hechos o a nuevos hechos, lo que implica inevitables comparaciones de cobertura y encuadres. Las redes sociales han sido, por un lado, uno de los principales vehículos de las *fake-news* para producir la posverdad. (Alsina y Cerqueira, 2020, pág. 231)

Este es un paradigma multicausal, pues es posible reconocer diversos hechos históricos que han desencadenado la aparición de la Posverdad. Así lo expone Rodríguez Ferrandiz (2019):

Tiene unas causas complejas, a la vez filosóficas y epistemológicas (relativismo rampante), culturales (declive de la confianza en las élites), económicas (monetización de la información en situación de aguda competencia por los

ingresos publicitarios asociados), tecnológicas (proliferación de plataformas que difunden información) y políticas (auge del nacionalismo y el populismo, cuyo epítome sería Trump). (Rodríguez-Ferrandiz, 2019, pág. 5).

Debido a esta una visión del mundo en la cual la verdad es algo subjetivo, el hombre posmoderno comienza a cuestionar todo lo que lo rodea, entrando en una constante crisis de confianza, en lo que conoce, pero más aún en lo que no.

La palabra “crisis” se está volviendo demasiado común, igual que su anodina opuesta, “problema”, o su prima, “tema”, (como en el uso tan laxo de la expresión “tiene problemas”). Los problemas ordinarios se hinchan en forma de “crisis” porque hablar de crisis resulta de algún modo dignificador o electrizante. (Gitlin, 2013, pág. 11).

En uno de los campos en los que la población ha generado una postura más crítica o cuestionadora es con los medios de comunicación y su funcionamiento, desembocando una crisis de confianza en su actuar o en la veracidad de la información que estos entregan. Sin embargo, este no es un fenómeno reciente, o que se haya desembocado a raíz de los antecedentes históricos entregados, sino una problemática que se comenzó a gestarse hace más de una década.

Ya en 2013, el sociólogo por la Universidad de California, Berkeley y activista político Todd Gitlin, asocia dos causas convergentes al fenómeno.

La crisis de legitimidad del periodismo tiene dos fuentes que se solapan: la desafección ideológica de la derecha y de la izquierda, y la desconfianza generalizada. Entre ellas, también se produce un cambio cultural general. La autoridad del periodismo norteamericano se ha basado, durante un siglo o más, en su principio de objetividad y en la creencia popular de que el periodismo secundaba ese principio. Hoy ese principio se debilita. (Gitlin, 2013, pág. 18).

## **2.4 Redes sociales**

Esta crisis se ve ampliada a través de la sobreexposición informática difundida gracias a los avances tecnológicos, por ejemplo, con la llegada de las redes sociales, las cuales se pueden definir como un medio de expresión y comunicación para crear y dar difusión a los contenidos digitales propios o cuya autoría pertenece a otros usuarios, además de ser un lugar para informarse, comunicar, divertirse y educar (Ojeda, 2017).

Sin embargo, esta no es la única utilidad, pues según Echeverría (2010) “las redes sociales buscan unir comunidades con pensamiento común, que permiten compartir ideas, alternativas, conocimientos y soluciones” (s.p.).

Para García (2020) las redes sociales se conciben como “infraestructuras digitales que posibilitan la interacción de dos o más grupos. Por lo tanto, se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios, clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, etc.” (s.p.).

Profundizando en el concepto de red social, Molina (2018), sostiene que el concepto de red social no es algo nuevo, ya que los seres humanos, por esencia buscan establecer conexiones o lazos comunicativos con otros. Esto con el fin de establecer relaciones de afinidad y obtener beneficio mutuo a través de intereses comunes. Lo cual, a su vez genera redes de familiares, amigos, compañeros, profesionales, etc. (pág. 23).

Por otra parte, Rissoan (2016) manifiesta que el término es reciente, ya que, como tal, tiene solo 10 años desde su primer uso. Y su objetivo es solamente consolidar las relaciones humanas ya existentes (pág. 34).

Vidal (2013) afirma esta premisa que sostiene Rissoan. Pues asegura que las redes sociales se basan en la teoría de los seis grados. Esta conjetura, propuesta en 1929, por el escritor húngaro Frigyes Karinthy, plantea que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios (s.p.).

Según Ledo (2013), el concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena. Y solo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera (s.p.).

#### **2.4.1 Desinformación**

Con la incorporación del Internet y las redes sociales al acontecer informativo, el periodismo del siglo XXI ha tenido que expandirse y adaptarse, provocando que la conceptualización se divida entre medios tradicionales: radio, televisión y prensa; y medios digitales, multimedia o interactivos, que suponen una nueva forma de elaborar, estructurar y difundir la información (Oliva, 2014), en la que prima la inmediatez por sobre la calidad, conduciendo a los medios a cometer errores por no verificar las fuentes o veracidad de la

noticia, principios periodísticos extraviados que la competencia entre portales de internet se ha encargado en exacerbar (Herrera , 2020).

Todos los factores anteriormente mencionados han conspirado en la percepción de las audiencias, ya que pocos se atreven a creer lo que leen o escuchan (Alonso, 2013). Esta desconfianza del público a los medios representa una relación perjudicial para ambos bandos, ya que la escasa credibilidad al periodismo provoca que los ciudadanos estén más expuestos a consumir noticias falsas.

Oliva (2014) en su obra hace una revisión de López (1999), quien ya instalaba en la palestra que la aparición de nuevas modalidades de información si bien favorecen el flujo informativo “no han conseguido poner fin a los desequilibrios, sobre todo, se ha avanzado poco en el camino de garantizar la calidad de la información” (pág. 3). Esto mismo conlleva según, Castillo, Hermosilla, Poblete y Durán (2021), a que las audiencias decidan interesarse en medios no convencionales, pues producen un sistema de información a la carta que incluso cuestiona al género periodístico.

Estos desequilibrios son aumentados cuando se mezcla el fenómeno de la digitalización con fenómenos sociales, como, por ejemplo, guerras; crisis sociopolíticas, económicas, sanitarias; etc.

En estas ocasiones la necesidad de estar informado de los ciudadanos puede ser un potencial factor para caer en la desinformación, pues:

Aunque se puede pensar que las llamadas “fake news” quiebran la confianza de los ciudadanos en la información (Restrepo, 2017), estos no pueden dejar de seguir sintiéndose informados, por lo que escogen las (des)informaciones que consideran acreditadas entre el caudal disponible, más allá de cuáles sean efectivamente los hechos. (Rodríguez, Mauri, Ramón, Chaparro, Egaña, Fanals, Herrera, Morata, Moreno, Luengo, Palà, Pérez, Requejo, Rojas, Salgado, Suárez, Tulloch y Zuberogoitia, 2021, pág. 10-11).

## **2.5 Fake News**

La desinformación acrecentada por las redes sociales se ve reflejada en la difusión de las denominadas *Fake News*. Definiciones de este término existen muchas, para el Diccionario de la Real Academia Española, significa “noticias falsas propagadas con algún fin” (Real Academia Española, s.f. s.p.). El Diccionario Cambridge, añade que estas son “historias falsas que parecen ser noticias, difundidas en Internet o utilizando otros medios, generalmente

creadas para influir en puntos de vista políticos o como una broma” (Diccionario de Cambridge, s.f., s.p.).

Marc Amorós (2019), puntualiza en esta definición, expresando que “Las fake News son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objeto de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero” (pág. 35), así como también que estas no se limitan solo a ser expandidas por Internet

El concepto de *Fake News* aparece por primera vez en 2017, en la definición entregada por el diccionario Collins. Y al respecto de esta Carlos Salas en La primera fake news de la historia menciona que:

Si aceptamos la definición de Collins, y la aplicamos a todas las etapas de la historia (sustituyendo internet por el medio de transmisión de la época), comprobamos que siempre ha habido bulos y mentiras que son creídos por grandes capas de la población. (Salas, 2019, pág. 412).

Salas agrega que estos bulos informativos no son algo nuevo, pues en su época “Sócrates denunciaba a los sofistas griegos que viajaban por los pueblos de la Hélade contando mentiras y vendiendo sus libros. Es el mismo comportamiento actual de los que inventan *fake news* para distribuir por las redes para ganar dinero” (Salas Abad, 2019, pág. 412). Fenómeno que ha continuado con el paso de los años, adaptándose a las personas y los avances de la tecnología.

Un ejemplo del avance y presencia de las *Fake News* en el tiempo es la cantidad de mentiras y manipulación informativa realizada en las propagandas políticas de la Primera y Segunda Guerra Mundial. Para Corner (2017), parafraseado por Barragán y Bellido (2019) “las fake news son un identificador asociado a un producto mediático fraudulento, con una intención propagandística más potente que la simple parcialidad asociada a los medios” (pág. 435.).

Otro caso conocido es el protagonizado por Orson Welles en 1938, el cual causó gran revuelo y pánico en los oyentes en Nueva Jersey, quienes huyeron despavoridos convencidos de una invasión a la tierra por un ejército alienígena.

Una de las grandes mentiras de la Historia Contemporánea la fabricó Orson Welles (...) cuando emitió varios programas de radio basados en el libro de H.G. Wells La guerra de los mundos. La invasión alienígena fue retransmitida con tanto realismo y veracidad que mucha gente se la creyó. (Salas Abad, 2019, pág. 413).

En periodos de guerra, inestabilidad política o crisis se produce incertidumbre en la sociedad y esta “ausencia de una explicación, unida a la imperiosa necesidad de encontrar una que sea satisfactoria, hacen de las crisis, por tanto, el momento ideal para que proliferen las noticias falsas” (Losada, R., 2020, pág. 49.)

En los últimos años esto solo ha ido en aumento y se han ido expandiendo en la vida de las personas, ya sea en imágenes y videos compartidos en redes sociales o en “noticias” redactadas por falsos medios de comunicación. La sobreexposición informativa a la que está sometida la sociedad actual produce como efecto audiencias confusas al momento de distinguir información fiable de la que no (Del Fresno, 2019).

Las *Fake news*, se ven con mayor frecuencia en las redes sociales, “las redes sociales hoy son la entrada de fake news al 80 o 90% (...) la información que generan compite con contenidos y mensajes de cualquier usuario de las redes sociales: para ser periodista en Twitter sólo se necesita un usuario y una contraseña” (Montemayor Rodríguez & García Jiménez, 2021, pág. 609). Sumando que, a su vez, “pueden llegar a más gente, más rápidamente, con mayor contundencia” (Losada, R., 2020, pág. 49.).

Con la llegada de la pandemia del COVID 19 el surgimiento de estas explotó con lo que la Organización Mundial de la Salud denominó Infodemia, esto es “la sobreabundancia de información, que puede llevar a la diseminación de noticias falsas, engañosas e inexactas sobre la actual pandemia” (Nieves, Manrique, Robledo, y Grillo, 2021, pág. 2.).

Según un estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica de Chile se dedujo que “de las personas encuestadas un 66% admitió haber escuchado o visto una noticia falsa en internet, de los cuales un 23% dijo haberlas creído y un 9% las compartió” (24 horas, s.f., s.p.). Así como también, “el estudio evidenció que la noticia falsa más compartida fue la que aseguraba que el COVID-19 es artificial y fue creado artificialmente en un laboratorio (17%)” (24 horas, s.f., s.p.).

## **2.6 Fact Checking**

En un contexto protagonizado por el aumento en la proliferación y circulación de noticias falsas o *Fake News*, producido principalmente por un incremento en el uso de redes sociales, la propagación de información falseada o errónea presenta gran facilidad para distribuirse y expandirse instantáneamente; “los servicios de Fact-checking han proliferado por todo el mundo en los últimos años” (Blanco-Alonso, Chaparro & Repiso, 2021, pág.781.). “Las mismas características de las redes sociales que han permitido la conexión y comunicación – especialmente en tiempos de pandemia- como la interacción en tiempo real, la conectividad

sin fronteras y la viralidad, son las que se convierten en un riesgo en el momento en que el contenido que se difunde es erróneo” (Gómez, 2021, s.p.)

La consecuencia más directa de la masividad de las noticias falsas es el aumento en la desinformación y la disminución o cuestionamiento de la credibilidad y la confianza en el periodismo, así como en quienes ejercen la profesión. Así lo afirma Cherilyn Ireton al mencionar que:

El volumen y alcance total de la desinformación y la información errónea, disfrazadas como noticias y distribuidas por medio de las redes sociales, ha infligido un contagio que amenaza con dañar aún más la reputación del periodismo. Esto tiene implicaciones para periodistas, medios de comunicación, la ciudadanía y las sociedades abiertas. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2020, cap. 1, pág. 32).

“El fact-checking es la principal arma contra la desinformación, las mentiras, las manipulaciones y las fake news que tiene la ciudadanía a través del periodismo” (Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals, s.f., s.p.). Pues cuenta con el objetivo de “revitalizar el mantra del periodismo como contrapoder o watchdog de los asuntos públicos y políticos” (Rodríguez Pérez, C., 2020, pág. 244).

La tarea del verificador busca “reconectar la profesión con la responsabilidad social inherente al ejercicio” (Rodríguez Pérez, C., 2020, pág. 244), es decir, ofrecer información de calidad y contrastada, para que así los ciudadanos que la reciban puedan desarrollar la toma de decisiones en conciencia de la realidad y los hechos.

La definición de esta actividad periodística puede variar en aspectos como la tecnología, la especialización de los profesionales que la desarrollan, etc. Sin embargo, un punto en común entre todos los estudiosos del tema es que la verificación de datos busca devolver la verdad al periodismo o como lo describen Graves y Glaisyer (2012) hacer rendir cuentas ante la sociedad (citado por Rodríguez Pérez, C., 2020, pág. 244).

Vásquez Herrero, Vizoso y López García (2019), la definen como “una especialidad basada en la verificación o comprobación de datos con herramientas actuales –con la informática y las tecnologías como elementos básicos en el marco de actuación” (pág.3).

Para la plataforma chilena Fast Check (s.f.) el *Fact checking* es:

Un género periodístico que utiliza métodos de comprobación de la información, sobre el discurso público de autoridades y sobre los contenidos publicados por ciudadanos. Se diferencian en que el fact checking comprueba si los hechos o datos presentes en el discurso de una autoridad son reales (verdaderos) o tienen cuotas de falsedad. De igual forma, la verificación comprueba que los hechos y datos publicados por ciudadanos sean ciertos. (Fast Check ([www.fastcheck.cl](http://www.fastcheck.cl)), s.p.)

Esta definición es respaldada por Jane Elizabeth (2014), quien agrega al respecto que:

La intención de los fact-checkers y de las organizaciones de fact-checking es aumentar el conocimiento a través de la investigación y difusión de los hechos recogidos en las declaraciones publicadas o grabadas realizadas por cargos políticos o cualquier otra persona cuyas palabras tengan un impacto en la vida de otros. Los fact-checkers investigan los hechos verídicos y su trabajo está libre de intenciones partidistas o de defensa de determinados intereses. (Elizabeth, 2014, s.p.)

### **2.6.1 Orígenes del *Fact Checking***

La verificación de hechos está en la esencia misma de la profesión, desde sus orígenes como tal, y constituye uno de sus principales valores (Kovach & Rosenstiel, 2012). “La recopilación de datos y el posterior contraste con distintas variables e indicadores existieron siempre en el periodismo” (Echt, 2014, cap. 2, pág. 6), y los encargados de este eran los periodistas pertenecientes a cada medio, quienes buscaban la noticia y mediante sus habilidades, investigación y conocimientos identificaban qué información era falsa, engañosa o verdadera.

No obstante, este fenómeno cambia radicalmente al llegar Internet. Esta invención permitió ampliar el acceso a la información, tener una mayor variedad de fuentes y potenciar la interacción, producción y difusión de contenidos por parte de los usuarios, sobre todo en las redes sociales digitales (Romero & Pérez, 2020, pág.97), lo que significó grandes avances y beneficios para las personas. Sin embargo, esta apertura global trajo también consecuencias negativas, tales como, la sobre información y las *Fake News*, lo cual sumado a “la tendencia de algunos medios a titular sus contenidos de manera engañosa y sensacionalista, con el fin de aumentar el número de clics que reciben” (Loteró, Romero & Pérez, 2018, pág. 297.), produjeron una crisis en la confianza del público.

Con lo anterior como contexto, los periodistas abren una nueva área en la profesión con el fin de restaurar la confianza y combatir las noticias falsas, el *Fact Checking*. Este se establece en 1994 cuando “nace en Estados Unidos Snopes, la primera plataforma de verificaciones en línea que aparece con el objetivo de validar y desmentir mitos, rumores y leyendas urbanas que circulaban por internet” (Verificat, 2021, s.p.). Luego en 2001, siete años más tarde tres estudiantes lanzan Spinsanity.org, dedicada estrictamente a la política estadounidense (Rodríguez- Martínez et al, 2021, cap. 4, pág. 27).

En 2003, se crea FactCheck.org, conocida como el primer medio digital con periodistas profesionales dedicados especialmente al *Fact-checking* político en EE.UU. Esta organización sin ánimo de lucro fue fundada por el veterano reportero Brooks Jackson bajo los auspicios del Annenberg Public Policy Center de la University of Pennsylvania (Rodríguez- Martínez et al, 2021, Desinformación y plataformas de fact-checking: estado de la cuestión. cap. 4, pág. 27) con el objetivo de desmentir declaraciones y afirmaciones basadas en hechos de políticos estadounidenses (Verificat, 2021, s.p.).

Seguida por Channel 4 el año 2005 (Vegas, Ríos & Martínez, 2020, pág. 81.) y posteriormente, en 2007, por PolitiFact, la cual surge “como una división del Tampa Bay Times (entonces llamado St. Petersburg Times), y la plataforma Fact Checker, como sitio especializado perteneciente al Washington Post” (Rodríguez- Martínez et al, 2021, cap. 4, pág. 27.).

PolitiFact marca la historia del *Fact Checking*, contribuyendo a su crecimiento al convertirse en la primera plataforma en recibir el máximo galardón para el periodismo, el premio Pulitzer en 2009 por sus reportajes nacionales (Mantzaris, 2020, cap. 5, pág. 86, citado por UNESCO, 2020).

Esta actividad comienza a masificarse desde Norteamérica y llega a Europa donde se populariza en la década del 2010. Cinco años más tarde se funda la *International Fact checking Network* (IFCN), la cual consiste en un foro abierto para verificadores de todo el mundo organizado por el *Poynter Institute for Media Studies*. La IFCN se encarga de supervisar la actividad, las tendencias y los formatos de verificación de datos, estableciendo el primer código de principios del *Fact Checking* (Verificat, 2021, s.p.).

La Red Internacional de Verificación de Datos busca reunir, capacitar y colaborar con la creciente comunidad de verificadores de datos de todo el mundo.

Habilitamos verificadores de hechos a través de redes, desarrollo de capacidades y colaboración. IFCN promueve la excelencia de la verificación de hechos a más de 100 organizaciones en todo el mundo a través de actividades de promoción, capacitación y eventos globales. Nuestro equipo monitorea las tendencias en el campo de la verificación de hechos para ofrecer recursos a los verificadores de hechos, contribuir al discurso público y brindar apoyo para nuevos proyectos e iniciativas que promuevan la rendición de cuentas en el periodismo. (Instituto Poynter, s.f., s.p.)

Esta es uno de los entes reguladores más relevantes y reconocidos en el estudio del Fact Checking y establece cinco principios base que se necesitan para consolidarse como plataforma verificadora y desarrollar dicha actividad.

Estos son El Compromiso con el equilibrio y la no politización, no tomar posiciones políticas, defender o acusar a nadie debido a su orientación política; Compromiso con la Transparencia de las fuentes, los lectores deben ser capaces de conocer las fuentes y los hechos; Compromiso con la transparencia de financiación, deben identificarse y transparentarse las fuentes de financiamiento así como los antecedentes de las figuras clave de la organización; Compromiso con la transparencia de la metodología, se deben explicar cada uno de los pasos desarrollados en la verificación; y el Compromiso con la honestidad y la Rectificación, debe existir una política de corrección clara y pública (Instituto Poynter, s.f., s.p.)

En el caso de Latinoamérica este proceso comienza el año 2010 a través del proyecto argentino Chequeando y tres años más tarde en Chile con El Polígrafo, financiado por el diario El Mercurio.

### **2.6.2 El rol del Fact Checking en el periodismo y la sociedad**

“La primera obligación del periodismo es con la verdad, porque permite a las personas participar de manera efectiva en estos procesos de búsqueda de la verdad” (Mendoza, 2022, s.p.). El problema que hoy enfrentan los verificadores de hechos es “una especie de tsunami de información combinada con rumores, teorías de conspiración, fabricación y falsedad” (Linden, Dierickx & Khan, 2022, pág. 5). Panorama que se ha visto fomentado por las nuevas tecnologías, donde “la viralización de titulares sensacionalistas ha banalizado el periodismo y afectado a su credibilidad” (Ufarte-Ruiz et al., 2018, pág. 734).

El siglo XXI ha visto el uso de la información como un arma en una escala sin precedentes. La nueva y poderosa tecnología simplifica la manipulación y la

fabricación de contenido, y las redes sociales amplifican dramáticamente las falsedades vendidas por los Estados, los políticos populistas y las entidades corporativas deshonestas, que se comparten por públicos acríticos. (UNESCO, Ireton, C. & Posetti, J., 2020, pág.14)

La importancia en la creación de herramientas que permitan frenar la expansión de las *Fake News* y la desinformación se vuelve crucial, pues tal como menciona el Manual de Educación y Capacitación para periodistas de la UNESCO “el periodismo nunca debe perpetuar lo que es falso” (Abu, M., 2020, cap. 4, pág. 75.). Y es exactamente este el propósito con el que nacen las plataformas verificadoras de hechos o plataformas de *Fact Checking*, devolver la justicia al periodismo.

La proliferación de fake news requiere de una atención y acción inmediata, las medidas tomadas hasta ahora por gobiernos de diferentes países han sido escasas y poco efectivas, y la mayoría de ellas relacionada a la regulación de Internet, que abre paso a inminentes formas de censura. (Rodríguez, 2019, s.p.).

La desinformación causada por estas mentiras vendidas como noticias produce desinformación, es decir, lo contrario al objetivo que persigue el periodismo por esencia, informar. “En este contexto, la difusión de informaciones falsas e imprecisas que inducen a error a los lectores está en auge y se ha convertido en una amenaza cada vez mayor” (Ufarte-Ruiz et al., 2018, pág. 734.) para la democracia.

En esta búsqueda por la reivindicación y la devolución de la confianza en la veracidad de las noticias y del trabajo de los periodistas (Contreras, 2021, s.p.), la verificación de los hechos se vuelve necesaria, sobre todo en temas de alto interés público, pero también en temas altamente controversiales. Pues tal como explica Carlos Rodríguez Pérez, Magíster en Comunicación Política e Institucional en el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de Madrid:

El periodismo de verificación es la respuesta periodística ante el fenómeno de la desinformación y, especialmente, como cortafuegos a la propagación de las mal llamadas fake news (bulos o paparruchas), en particular sobre aquellas que inciden en el ámbito público o en el discurso político, concretamente en épocas electorales o en temas sociales de ágil polarización como la inmigración. (Rodríguez Pérez, C., 2020, pág. 245.)

### 2.6.3 Discusión sobre el concepto de Plataformas de *Fact Checking*

Los últimos años, la relevancia del *Fact Checking* ha incrementado, aumentando a su vez el número de medios de comunicación, periodistas y universidades que han comenzado o puesto en marcha grupos de trabajo o espacios dirigidos a esta tarea. Esto con el objetivo de “incrementar el conocimiento mediante la difusión e investigación de hechos manifiestos en las declaraciones públicas de políticos y demás actores cuyas palabras impactan en la vida pública” (Rodríguez Pérez, C., pág. 244) y combatir la desinformación producida por las noticias falsas.

El trabajo que estas plataformas realizan es “un filtro que garantiza que los textos periodísticos están contrastados a partir de fuentes fiables, documentos oficiales y resultados de investigaciones solventes, en un momento en el que la profesión periodística está lastrada por la precariedad laboral” (Ufarte-Ruiz et al., 2018, pág. 734), esto con el objetivo de corregir los errores, mentiras e inexactitudes en contenidos publicados en los medios de comunicación, pero también en los discursos públicos expuestos por autoridades e instituciones.

Tal como menciona Ana Pastor (2017), la tarea de las plataformas “es una apuesta necesaria para que la gente cuando comparta una noticia pueda saber si es cierta o falsa” (citada por Ufarte-Ruiz et al., 2018, pág. 734). Pues esta información divulgada “eventualmente puede conducir a falsas creencias o percepciones erróneas, hecho que plantea grandes problemas en la toma de decisiones democráticas” (Hameleers & Van der Meer, 2020, pág. 230)

“Las plataformas de fact-checking se caracterizan por hacer un uso intensivo de las herramientas digitales y las redes sociales para desarrollar las verificaciones, difundir su trabajo y establecer un contacto directo con los lectores” (Vegas, Ríos & Martínez, 2020, parafraseando a Brandtzaeg, Følstad y Chaparro-Domínguez, 2018; Graves, 2018; Singer, 2018, pág. 81). Esto con el objetivo de reformar y vitalizar la profesión y entregar un nuevo enfoque periodístico (Palau-Sampio, 2018, pág. 349).

#### 2.6.3.2 Plataformas de *Fact checking* en el mundo

En los últimos años las iniciativas de *Fact Checking* se han expandido tanto a nivel nacional como internacional. Según el informe elaborado por el “*Duke Reporters Lab*”, en junio del 2022, existen 346 plataformas dedicadas a la verificación de datos en todo el mundo.

De acuerdo al mismo informe Norte América presenta 74 plataformas, siendo Estados Unidos quien lidera el ranking con la mayor cantidad de plataformas presentando 71 iniciativas activas. Mientras que Canadá solo concentra tres plataformas operando activamente.

Europa concentra 91 plataformas activas, siendo Francia el país con más iniciativas con 17, seguido por Reino Unido con 7 activas. Asimismo, el continente asiático presenta 90 plataformas de *Fact checking* en funcionamiento y acreditadas, con India liderando con un total de 24 y en segundo lugar Corea del Sur e Indonesia con 11 plataformas cada uno.

En el caso de África según el informe mencionado se registra la actividad de 35 plataformas y en el continente australiano, representado por Australia y Nueva Zelanda opera un total de cinco iniciativas, siendo Australia quien ocupa el primer lugar con cuatro de ellas. Por último, también se marca la presencia de plataformas en América Latina y el Caribe, con un total de 52 plataformas de verificación de datos, donde Chile destaca al ser el país con la mayor cantidad con doce activas, seguido por Brasil con nueve.

### **2.6.3.3 Plataformas de *Fact Checking* en Chile**

Según el análisis del “*Duke Reporters Lab*”, Chile se ubica entre los países con la mayor presencia de plataformas de *Fact Checking* posicionándose en cuarto lugar mundial después de Estados Unidos, Francia e India; pero ocupando el primer lugar de Latinoamérica.

El primer proyecto periodístico en dedicarse a la verificación o chequeo de información en el país se originó en el diario El Mercurio y continúa hasta hoy, El Polígrafo. Esto, tras las elecciones presidenciales en Estados Unidos (año 2012), donde un equipo del medio nacional viajó al país norteamericano para capacitarse en el método de verificación utilizado por *PolitiFact* (De Marval, V. en Araneda et al, 2021, s.p.). Con su creación el Polígrafo se convierte en la primera plataforma creada por un medio tradicional (diario, televisión o radio) en Latinoamérica, pues si bien ya existía Chequeado, son un proyecto de carácter independiente (Derpich, C. en Araneda et al, 2021, s.p.).

Desde ese año las plataformas en Chile comienzan a surgir con más fuerza. No obstante, su relevancia y reconocimiento en la sociedad chilena no es muy visible, pues tal como menciona Valentina de Marval, académica de la Universidad Diego Portales, periodista de la Agencia France-Presse (AFP) y especialista en *Fact Check* “antes del estallido había fact checking en Chile, quizá no era popular, pero existía” (Araneda et al, 2021, s.p.).

El estallido social de octubre de 2019 sirvió de impulsor para la creación de nuevas iniciativas dedicadas al *Fact Checking*, pues se encargan de ejercer el rol de decodificador de

información, plataforma de entrega de contexto y verificador de los datos. Cecilia Derpich, subdirectora de investigación periodística en El Mercurio y periodista a cargo de El Polígrafo, sección de *Fact Checking* del mismo diario, profundiza lo anterior, al explicar que “con el estallido se produce un boom que es positivo, porque en el fondo ha permitido instalar el fact checking como una práctica dentro del periodismo nacional” (Araneda et al, 2021, s.p.).

Otro de los momentos claves dentro de la historia de las plataformas de verificación de datos en Chile se vive en marco de la incertidumbre producida por la pandemia del Covid-19. Puesto que en un ambiente global como el actual, la información sobre el brote del virus comenzó a generar diferentes especulaciones y teorías sobre sus orígenes. Así como también una gran cantidad de noticias falsas, tergiversaciones y bulos relacionados al origen de esta enfermedad, sus causas, síntomas y posibles curas.

Tal como afirman las periodistas del Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) y de la Red Internacional de Periodistas (IJNet), Julie Posetti y Alice Matthews (2020), “la pandemia de COVID-19 ha traído consigo lo que la Organización Mundial de la Salud (OMS) llama una 'infodemia' masiva: una explosión potencialmente mortal de desinformación a nivel global” (s.p.).

Si bien, la pandemia del Covid-19 y la desinformación con respecto a esta no afectó solo a Chile; en el país que se encontraba en una crisis político social y de confianza producida por el estallido social, la llegada del coronavirus pudo verse reflejada en la profundización en el tratamiento y verificación de la información, así como en espacios dedicados al tema en cuestión. Así lo recalca Fabian Padilla, fundador de la plataforma de verificación de datos chilena Fast-Check:

Veníamos verificando información a toda máquina desde octubre, con un ritmo de trabajo duro, y cuando se nos vino el coronavirus no paramos. Nos sirvió mucho para poder enfrentarlo, porque ahora el mundo entero se subió a esta alianza por combatir la desinformación. (Ferrer, 2020, s.p.)

Actualmente en Chile las plataformas de verificación de datos se encuentran casi en su totalidad ubicadas en Santiago. Lo que se traduce en la presencia de 11 de las 12 plataformas funcionando desde la capital del país.

Dentro de ellas se registran, BiobíoChile Notas Fake News, Mala Espina Check, Chequeo, Fast Check CI, Fact Checking CI, AFP Factual, Cazadores de Fake News,

Meganoticias Noticias Falsas, El Polígrafo, La Tercera Check, Observatorio de Datos del Periodismo y la Comunicación.

Fuera de los límites de Santiago, solo se encuentra una plataforma de *Fact Checking* activa, Fake News Reporter Chile. Sin embargo, cabe destacar la participación de la plataforma de chequeo creada por la Universidad de Concepción, denominada Chequeando, que se encontraba en el listado hasta mayo del 2022.

#### **2.6.4. Financiamiento de las plataformas de Fact Checking**

Para su debido funcionamiento las plataformas de verificación necesitan de fondos. Según la obtención y administración de este financiamiento, se dividen en tres categorías. Dependientes de un organismo o entidad, se refiere a plataformas ligadas o que son parte de universidades u organizaciones, y son estas quienes financian el funcionar de las plataformas, así como el pago de las remuneraciones de los periodistas que se desempeñan en estas. Un ejemplo de este tipo es la plataforma chilena Factchecking Cl, la cual depende de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

El segundo tipo son las plataformas dependientes de medios de comunicación, es decir, las que forman parte de un conglomerado mediático o que son una sección de trabajo de los mismos periodistas que se desempeñan en el medio. Un caso de lo anterior es la plataforma de Meganoticias, la cual es una sección del noticiero informativo del canal Mega.

La tercera categoría es la de las plataformas independientes, es decir, no dependen de alguna organización o medio de comunicación para su funcionamiento. Sus fondos se obtienen, ya sea mediante una suscripción de los usuarios o por donaciones. Entre ellas destacan la plataforma Mala Espina Check y Fast Check Cl.

#### **2.7. Discursos autodeclarativos**

En el trabajo de las plataformas, reconocidas como medios de comunicación, juega un rol clave la Línea editorial de cada una de esta, pues tal como se mencionó anteriormente es la que rige el funcionamiento de dicho medio.

También conocida como discurso autodeclarativo o de voz propia, es entendida como “la matriz de comprensión, interpretación y resignificación de la realidad social; como base imprescindible para comprender la razón de los productos periodísticos” (cita).

El discurso de voz propia hace alusión a una apropiación del aparato formal de la lengua para enunciar una toma de posición frente a la realidad en un contexto comunicativo (Benveniste, 2007). De acuerdo a Gee (2000) se trata por tanto de un discurso que colabora

en la construcción de una identidad, pues el lenguaje construye un determinado concepto y una imagen definida de quien enuncia (construcción de significados) y que es distintiva y fácilmente distinguible por los demás. Al respecto Ivanic (2005) explica que la escritura vehicula una voz que sitúa a quien escribe en determinados discursos ya que “obliga a realizar determinadas elecciones discursivas (según valores, intereses, creencias, prácticas y relaciones de poder) y a desestimar otras” (s.p., en Castelló et al, 2011, pág. 108).

En este sentido la línea editorial de un medio de comunicación es:

El extremo del iceberg que nos permite entender la construcción periodística y las razones del proceso de tematización; por qué publica determinados acontecimientos y desecha otros; qué entiende por correcto o incorrecto y por qué juzga o enarbola determinadas actitudes y/o comportamientos de agentes sociales (Arrueta, C., 2013, pág. 201).

Según Aznar (2003) esta se define como un marco desde el cual se comprende e interpreta la realidad social en términos valóricos, ideológicos, políticos, culturales, etc. y a la que el periodista adhiere en su calidad de integrante de dicha comunidad. No obstante, se encuentra muchas veces oculta o invisibilizada a externos al medio.

### **2.7.1. Tipos de discurso**

Así como cada texto, los discursos autodeclarativos tienen propósitos u objetivos que rigen su elaboración. Esto pues, contribuyen en gran parte a la imagen que se expone del medio o empresa que representan

En esta línea existen diferentes categorías que dividen o caracterizan los diferentes tipos de discurso argumentativo, siendo la más apropiada para la realización de esta investigación la división descrita por la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile (2012). En esta se categoriza los tipos de discurso según su argumento, dando como resultado, lo siguiente:

1. Argumento basado en datos o hechos: Estos argumentos son los que se expresan a través de cifras y datos incuestionables. Es importante destacar que cuando recurrimos a datos y hechos buscamos usarlos como pruebas objetivas que avalen nuestra argumentación.
2. Argumento basado en explicaciones: Cuando explicamos nuestras ideas o defendemos una posición, buscamos que el otro u otra comprenda cuál es nuestro pensamiento; en otras palabras, buscamos persuadirlo de algo.

3. Argumento basado en valores: Se dan cuando nos apoyamos en los valores (además de las creencias e ideología) para elaborar nuestro discurso
4. Argumento basado en autoridad: Está ligado al prestigio, al saber, a la notoriedad de quien lo dice. De este modo, si escuchamos o leemos una argumentación de alguien que respetamos y que consideramos una autoridad, tenderemos a ser más fácilmente persuadidos.

## Capítulo III: Especificaciones metodológicas

### 3.1 Enfoque de Investigación

Antes de entender qué es un enfoque es necesario conocer qué es una investigación, la cual se define como es “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, Metodología de la Investigación, cap. 1, pág. 4). Alfredo Otero, añade que es “un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas. Es organizado y garantiza la producción de nuevos juicios lógicos o de alternativas de solución viables encaminada a profundizar y producir conocimiento” (Otero, 2018, pág. 1).

Ahora teniendo claro esto, existen tres enfoques para las investigaciones. En primer lugar, el Cuantitativo, en el cual “su proceso de investigación se concentra en las mediciones numéricas. Utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Este enfoque utiliza los análisis estadísticos” (Hernández, Fernández & Baptista (2010), parafraseados por Otero, 2018, pág. 3.). En segundo lugar, el Cualitativo, el cual permite desarrollar encuestas, entrevistas, descripciones, y puntos de vista de los investigadores, así como también comprobar preguntas y conclusiones del realizador de la investigación (Otero, 2018, pág. 10.). Y, por último, el Mixto, “enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, cap. 2, pág. 30).

En el caso de esta investigación, se utilizará el Enfoque Cualitativo. Este es el más utilizado por esta área del conocimiento, puesto que “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández et al, 2014, cap. 1, pág. 4).

Asimismo, “estos estudios se fundamentan en la observación y evaluación de los fenómenos estudiados emitiendo conclusiones de lo encontrado en la realidad estudiada” (Otero, 2018, pág. 9).

A partir de lo expresado, se determinó que este enfoque es el pertinente para la realización de esta investigación, puesto que a través de la recolección y recopilación de datos obtenidos de sus propias fuentes (en el caso de este estudio de las páginas web de las plataformas de verificación chilenas en cuestión), pretende determinar conclusiones y resultados propios mediante el análisis exhaustivo del contenido editorial de los medios (plataformas de chequeo).

Por último, Hernández, Fernández y Baptista, 2014 mencionan que “el enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico” (pág. 358). Aquello sustenta aún más la elección de este enfoque, pues el análisis de discursos autodeclarativos de las plataformas de Fact Checking es un tema nuevo y con muy pocos predecesores en Latinoamérica, y aún más en Chile.

### **3.1.2 Alcance**

Esta investigación cuenta con un alcance exploratorio y descriptivo. En primer lugar, se desarrollará una fase exploratoria, la cual, según la definición de Hernández, Fernández y Baptista (2014) es aquella que pretende analizar fenómenos desconocidos o novedosos que en previas investigaciones no han sido abordados o se ha hecho forma superficial y/o vaga.

Este estudio cumple con la novedad propuesta por los autores, ya que al ser las plataformas de verificación de datos un tema reciente de análisis, los trabajos previos al respecto son muy pocos, y específicamente el tema de esta investigación, es decir, el análisis de la línea editorial o discurso autodeclarativo de estas, en Chile, no cuenta con antecedentes previos.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) resaltan la importancia del alcance exploratorio, mencionando que este se antepone al resto, pues prepara el terreno para el trabajo posterior.

En este sentido, en segundo lugar, después de observar e identificar las categorías comunes en las plataformas chilenas de verificación, se procederá a realizar trabajar según un alcance descriptivo, pues se clasificará mediante los lineamientos de este, la pertenencia o no de cada plataforma en su debida categoría común, profundizando en los aspectos que comparten y diferencian a los diversos tipos de iniciativas para obtener los resultados de esta tesina.

Al respecto del alcance descriptivo, los autores anteriormente mencionados, explican que este se utiliza cuando:

Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las

variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (pág. 92).

Lo cual, se ajusta perfectamente a la línea investigativa de esta tesina.

### **3.1.3 Diseño de la investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen el diseño de investigación como “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder el planteamiento” (pág. 128).

Esta investigación es de carácter no experimental, pues tal como detallan Hernández, Fernández y Baptista (2014), esta consiste en que el investigador no influye en el contexto ni crea escenarios. Asimismo, al ser no experimental cuenta con “facultades empíricas y sistemáticas pues las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido” (pág. 153). La definición expuesta enmarca precisamente el desarrollo de esta investigación, puesto que se analiza el contenido editorial expresado en las plataformas chilenas de chequeo de datos, sin cambiar, manipular o modificar la información de la fuente.

Asimismo, el diseño de esta investigación no experimental será de categoría fenomenológica, puesto que “su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias (...) con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 493.). En este tipo de diseño, al igual que en este estudio “los investigadores trabajan directamente las unidades o declaraciones de los participantes y sus vivencias, más que abstraerlas para crear un modelo basado en sus interpretaciones” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 493.).

Por último, los autores agregan que “una pregunta habitual de investigación de un estudio fenomenológico es la siguiente: ¿cuál es el significado, estructura y esencia de una experiencia vivida por una persona (individual), grupo (grupal) o comunidad (colectiva) respecto de un fenómeno? (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 493.).

## **3.2 Métodos y técnicas**

### **3.2.1 Métodos y técnicas de recolección de información**

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014), la recolección de datos consiste en el “acopio de datos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis” (pág. 397).

Los autores añaden al respecto que:

Obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno. Al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 396-397).

Dentro del desarrollo de esta investigación se utilizará como método principal de recolección de datos la observación cualitativa, en este caso, específicamente del contenido editorial presente en las áreas “Quiénes somos”, “Qué hacemos”, etc. de las plataformas chilenas independientes, universitarias y mediáticas.

En relación a este método de recopilación, señalan que “no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 399).

### **3.2.2 Métodos y técnicas de análisis**

Una vez recogida la información, se procedió al análisis de todos los datos obtenidos. Para esto, Hernández, Fernández y Baptista señalan que “la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador”. (pág. 418).

Para realizar esta investigación las unidades de análisis, entendidas como los discursos de voz propia de las Plataformas de Fact Checking en Chile, fueron sometidas a un proceso de análisis de contenido categorial, el cual según Andreu (2000) pretende clasificar elementos en categorías originadas en lo obtenido en los elementos comunes de las respuestas del mecanismo de recolección. “La categorización es un proceso de tipo estructuralista que comporta dos etapas: 1/ Inventario – aislar los elementos – 2/ La clasificación – distribuir los elementos y consiguientemente buscar o imponer a los mensajes una cierta organización” (pág. 16). Este método puede comprenderse como la agrupación por género (analogía) o la relación, de aquel material segmentado, identificado por medio de

códigos a partir de criterios propios del investigador, que da lugar a categorías conceptuales de mayor nivel de abstracción (Bardin, 1996; Valles, 2000 en Hernández et al, 2014).

Además de esto, en esta investigación se desarrolló la utilización de un sistema de codificación para el proceso de encasillamiento de la información recopilada. Este se describe como “etiquetas para identificar categorías, es decir, describen un segmento de texto, imagen, artefacto u otro material. Cuando consideramos que un segmento o unidad es relevante (en términos del planteamiento, de representatividad de lo que expresaron los participantes, de importancia a juicio del investigador) podemos extraerlo como un potencial ejemplo de categoría o de los datos” (Hernández et al, 2014, p, 426).

De acuerdo a todo este proceso resultante de la categorización obtenida de los contenidos centrales de los discursos autodeclarativos de las plataformas de Fact Checking independientes, universitarias y mediáticas en Chile, se identificaron las siguientes categorías:

Categoría	Código
Categoría 1: Surgimiento de la plataforma	S.P.
Categoría 2: Justificación del trabajo	J.T.
Categoría 3: Metodología	MET
Categoría 4: Orientación ideológica	O.I.
Categoría 5: Financiamiento	FIN
Categoría 6: Capacidad tecnológica	C.T.
Categoría 7: Reconocimientos	REC
Categoría 8: Equipo Productor	E.P.

Por otro lado, las categorías correspondientes a las plataformas de *Fact Checking* universitarias son:

Categoría	Código
Categoría 1: Surgimiento de la plataforma	S.P.
Categoría 2: Justificación del trabajo	J.T.
Categoría 3: Metodología	MET
Categoría 4: Financiamiento	FIN
Categoría 5: Capacidad tecnológica	C.T.
Categoría 6: Reconocimientos	REC

Y, por último, las categorías correspondientes a las plataformas de *Fact Checking* mediáticas son:

Categoría	Código
Categoría 1: Surgimiento de la plataforma	S.P.
Categoría 2: Justificación del trabajo	J.T.
Categoría 3: Metodología	MET
Categoría 4: Orientación ideológica	O.I.
Categoría 5: Financiamiento	FIN
Categoría 6: Capacidad tecnológica	C.T.
Categoría 7: Reconocimientos	REC

Por otra parte, se desarrolló un análisis de la tipología del discurso relacionado al contenido editorial de las Plataformas de verificación, según las coordenadas de la clasificación desarrollada por la Universidad de Chile, la cual divide la tipología según su argumento como Basado en Datos y Hechos, Explicativo, Basado en los valores y Por autoridad. Esto con el objetivo de identificar el tipo de discurso central utilizado por cada tipo de plataforma de *Fact Checking*.

Por último, se analizaron los datos obtenidos de cada estudio para obtener similitudes y diferencias entre los diferentes tipos de plataformas, ya sea según los contenidos centrales de sus discursos autodeclarativos como también de la tipología argumentativa predominante en los discursos.

### 3.3 Universo/Población

El término población se refiere a “...cualquier conjunto de elementos de los que se quiere conocer o investigar alguna o algunas de sus características.” (Alcaide, citado por Balestrini, 2001). “Debe estar identificado y descrito con claridad el segmento de la población total con la que se trabajó (población diana)” (Henríquez y Zepeda, 2004, pág. 19.). Este es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 174).

En el caso de esta investigación la población investigativa corresponde a las 12 plataformas de *Fact Checking* activas en Chile hasta junio de 2022.

Tipo de Plataforma	Plataformas
Independientes	Mala Espina Check, Fast Check CI, Cazadores de Fake News y Fake News Report Chile

Universitarias	Fact Checking CI y Observatorio de Datos del Periodismo y la Comunicación
Mediáticas	Biobío Chile Notas Fake News, El Polígrafo, La Tercera Check, Meganoticias Noticias Falsas, AFP Factual y Chequeo

El trabajo se realiza con el 100% de la población con el fin de obtener datos más precisos, objetivos y completos. Esto pues busca conocer e identificar los aspectos presentes o ausentes en cada una de las plataformas ya mencionadas

## Capítulo IV: Resultados

### 4.1 Análisis categorial del discurso autodeclarativo de Plataformas Independientes en Chile

Plataformas chilenas de carácter independiente				
Categoría	Mala Espina Check	Fast Check CI	Fake News Report	Cazadores de Fake News
<b>Categoría 1: Surgimiento (S.P)</b>	<p>“Mala Espina Check es un proyecto independiente que nace un mes después del estallido social en Chile, fundado por el periodista Tomás Martínez. Esta empresa está constituida legalmente en los organismos correspondientes de Chile desde junio del año 2020 y cambió su giro y nombre a Capacitaciones y Comunicaciones Santomé SpA en noviembre de 2022”.</p>	<p>“El 22 de octubre de 2019 decidimos lanzar una cuenta en redes sociales con el nombre Fast Check CL. La creación de la cuenta en Instagram @fastcheckcl fue inspirada en el género periodístico de <i>fact checking</i>; inaugurado por los medios precursores en EE.UU. (Politifact, The Fact Checker. Fast Check CL desarrolló un método de 10 pasos para hacer verificación y <i>fact checking</i>, basado en experiencia comparada de otros medios independientes. Este método tiene por misión guiar éticamente el trabajo periodístico del equipo y socializar mejores prácticas de <i>fact checking</i> de forma transparente, para mejorar el tipo de contenido</p>	<p>“Fake News Report es una iniciativa independiente de verificación de noticias, hechos y posverdades de Chile y la Internet. F.N.R nace bajo el formato podcast el 25 de febrero de 2019, conducido por los periodistas Rodrigo Agurto, Víctor Bascur y Fernando Mejías. Ocurren los eventos del 19 de octubre en Chile, cambiamos nuestra línea editorial hacia el chequeo de información, verificando nuestra primera desinformación sobre el estallido social ese mismo día en la mañana”.</p>	<p>“Cazadores de Fake News sirve de complemento a la red de difusión de información verificada Noticias Seleccionadas Venezuela, fundada a principios de 2019 y conformada por varios grupos y canales en Telegram y WhatsApp. Nuestra iniciativa comenzó como una cibercomunidad anti-desinformación creada por venezolanos en la diáspora. Inicialmente en 2019 era una red de grupos de WhatsApp en la cual se transmitía información proveniente de fuentes que considerábamos confiable y verificada, de medios venezolanos que están censurados en nuestro país, con el paso de los meses nos convertimos en una cibercomunidad en Telegram de verificadores ciudadanos y en 2021 nos fundamos como ONG en Chile.”.</p>

		que circula en Internet”.		
<b>Categoría 2: Justificación del trabajo (J. T)</b>	“Ser un aporte a la ciudadanía chilena para luchar contra la desinformación, que aumentó desde el inicio de la crisis. Este sitio pretende ser una herramienta para aclarar las dudas de la comunidad respecto de informaciones incorrectas que aparecen, sobre todo, en las redes sociales”	“Su propósito era procesar las noticias falsas, que se hicieron virales durante el Estallido Social y publicar veredictos. El compromiso de Fast Check fue y sigue siendo, ayudar a las personas, amigos, familia, a evitar discusiones fútiles en base a noticias falsas o desinformaciones que circularon y, lamentablemente, siguen circulando en Chile y el mundo. Debido al volumen de contaminación informativa experimentado durante el denominado “Estallido Social”, el periodista Fabián Padilla, inició una cuenta de Instagram con el nombre de “fastcheckcl”, palabra que deriva de los anglicismos: fast (rápido), check (chequear) y cl (Chile). Este perfil en redes sociales, con tan solo un mes de vida, logró más de 100 mil seguidores de forma orgánica, lo que le permitió ser la principal	“Fake News Report nace como nuestra contribución a la ciudadanía a disminuir la desinformación. Era nuestro deber como periodistas intentar reducir la desinformación, sobre todo en este periodo de tiempo tan complejo que pasaba la sociedad chilena y que continúa en realidad, toda la convulsión social y sumado a todo esto la pandemia, las paparruchadas han creado esta desconfiada y nosotros estamos para combatirla. También buscamos hacer un trabajo en educación cívica, por ejemplo, en las elecciones y plebiscitos, no decir por quién o qué votar sino más bien enseñar y desmentir cosas. Creemos que mientras existan posverdades y noticias falsas el <i>Fact checking</i> debe ir creciendo y trabajando en reducir esto”	“Nuestro objetivo es identificar y analizar casos de desinformación y operaciones de influencia en varios países de Latinoamérica y nuestra evolución se debió al interés de nuestra propia comunidad, como una respuesta de la sociedad civil al problema de la desinformación primero en Venezuela y luego en Latinoamérica”

		fuelle de <i>fact checking</i> en todo el país, liderazgo que mantiene hasta el momento”.		
<b>Categoría 3: Metodología (MET.)</b>	<p>“Mala Espina Check realiza sus verificaciones en base a dos métodos: Primero, de acuerdo a la información que nos hacen llegar nuestros lectores a través de las redes sociales, email o WhatsApp, y además a través de un trabajo de investigación del equipo para detectar desinformación en las diversas redes sociales, además del discurso público. La selección del material se realiza principalmente basándose en la viralización del contenido en las distintas plataformas, y de acuerdo a la relevancia pública del tema que se abordará. Durante el reporte se contacta a las fuentes originales y oficiales, además de fuentes alternativas como expertos o</p>	<p>“Fast Check CL desarrolló un método de 10 pasos para hacer verificación y <i>fact checking</i>, basado en experiencia comparada de otros medios independientes. Este método tiene por misión guiar éticamente el trabajo periodístico del equipo y socializar mejores prácticas de <i>Fact checking</i> de forma transparente, para mejorar el tipo de contenido que circula en Internet</p> <p>1.- Selección del contenido: la mayoría de los temas verificados son traídos por la comunidad de lectores a través de redes sociales.</p> <p>2.- Factibilidad: se analiza el tema y su factibilidad por el equipo según nuestros parámetros.</p> <p>3.- Ponderación: se analiza si el tema es o no relevante para la sociedad.</p>	<p>“Principalmente nos llegan temas a nuestras RRSS y a través de todo lo que hemos aprendido leyendo manuales de <i>Fact checking</i>, por ejemplo, de la red internacional de chequeo. En resumen, hacemos el clásico trabajo periodístico, ir a la fuente e investigar. Para elegir qué tema verificamos, vamos discriminando según qué tema se repite en varias personas o es “trending”. Después ya seleccionado el tema, comenzamos a ver qué persona (autoridad) se ha referido a este tema, siempre apuntamos a la autoridad más alta y de ahí vamos bajando, o si no, a una persona que haya sido testigo presencial. También nos documentamos a través de internet para contextualizar y contrastar la información e imágenes, buscamos si más medios lo han</p>	<p>“Los resultados que publicamos son resultado del trabajo colaborativo realizado en el foro de Telegram Cazadores de Fake News, un grupo abierto a la participación ciudadana y en constante crecimiento. Los pasos de verificación son: el proceso investigativo de Cazadores de Fake News se resume de la siguiente manera:</p> <p>A. Fase de detección Cualquiera de los miembros del Foro Cazadores (u otros espacios virtuales de la Red Cazadores, como el Café Cazadores, red de grupos en WhatsApp o seguidores en redes sociales), podrán realizar consultas sobre rumores, posibles casos de información errónea o desinformación relacionados con Venezuela o los venezolanos. Los integrantes del CEC realizarán monitoreo continuo de publicaciones en redes sociales, sitios web de noticias y reportes recibidos a través de grupos de</p>

	<p>especialistas en el tema para realizar un chequeo acucioso y objetivo. En el caso de frases o cifras, estas son seleccionadas en base a su relevancia pública, y en cuanto a imágenes y videos se utilizan para verificar las herramientas tecnológicas disponibles. Las fuentes que se utilizan son siempre citadas, no trabajamos ni publicamos temas en off the record. En cuanto al sistema de calificaciones que utilizamos estos son:</p> <p>Verdadero: La frase o el hecho demostró ser real tras contrastar fuentes y datos. Verdadero, pero...: El hecho o frase tiene consistencia, pero omite datos, elementos o parte de su contexto. Impreciso: El hecho o afirmación tiene consistencia con la información disponible, pero omite datos o descontextualiza.</p>	<p>4.- Titular: se elige el titular o una frase representativa, que sea atractivo para el lector, esto es provisorio hasta terminada la investigación.</p> <p>5.- Calificación: se califica provisoriamente el tema según el sistema de calificación de Fast Check que va de lo real a lo irreal.</p> <p>6.- Consultar fuentes: contactar diversas fuentes relacionadas al tema. Si todas fallan se recurre a documentación pública y fuentes abiertas.</p> <p>7.- Resultado: tras recopilar la información se analiza la verificación con el editor hasta obtener un veredicto final.</p> <p>8.- Titular y calificación II: con los resultados obtenidos en la investigación se confirman o cambian el título y la calificación anteriores.</p> <p>9.- Contexto: Incorporar información objetiva que permita entender la verificación.</p> <p>10.- Publicar: se publica la verificación, contestan</p>	<p>difundido, etc. Nuestra escala es falso, impreciso y verificado”.</p>	<p>Telegram, WhatsApp y mensajería instantánea en redes sociales. El monitoreo podrá ser realizado con el uso de herramientas de investigación de fuentes abiertas.</p> <p>B. Fase de investigación. El CEC investigará a detalle cada caso, realizando la búsqueda y hallazgo de evidencias forenses digitales, mediante la consulta en fuentes abiertas. Se podrán realizar consultas a fuentes que puedan entregar datos no disponibles en fuentes abiertas, con el objetivo de reorientar las investigaciones o recolectar más evidencias en fuentes abiertas. Los integrantes del Foro Cazadores (o de otros espacios digitales de la Red Cazadores), podrán formar parte de las investigaciones dirigidas por el CEC, en calidad de colaboradores. Estos colaboradores podrán investigar, reunir argumentos y organizarlos de forma colectiva, entregando sus conclusiones al CEC para su análisis y evaluación final. Todas las pruebas disponibles serán analizadas y evaluadas por el CEC. Cada caso será resuelto, si los</p>
--	--	---	--	---

	<p>Engañoso: El hecho o la afirmación puede tener consistencia, pero demuestra que pudo haber sido manipulado para engañar. Falso: El hecho o la afirmación resulta ser falsa tras contrastar distintas fuentes y datos”.</p>	<p>mensaje y se da la oportunidad de posibles correcciones o actualización. ”.</p>	<p>integrantes del CEC consideran de forma unánime que las pruebas obtenidas son concluyentes para emitir un resultado final. Todos los miembros del CEC tienen derecho a vetar el análisis, clasificación y publicación de cualquier caso traído al foro. C. Fase de divulgación Cada caso aprobado será publicado en la web o en redes sociales, con alguna de las siguientes etiquetas: «Verdadero», «Falso», «Engañoso», «Aclaratoria» o «Lo Que Sabemos». En el caso de investigaciones especiales, artículos de opinión o artículos técnicos/académicos, se utilizarán las categorías «En La Mira», «Opinión» o «Universidad Cazadores», respectivamente. En el caso de detectarse la reincidencia de una fuente de difusión de la noticia falsa o engañosa, si ésta ha sido mencionada más de cinco veces durante un año en distintos desmentidos o aclaratorias, será citada en nuevos desmentidos junto con una nota explícita que diga</p>
--	---	--	--

				que es una fuente que «desinforma».
<b>Categoría 4: Orientación Ideológica (O.I.)</b>	<p>“Mala Espina Check, no tiene afiliación política garantizando así la neutralidad en su trabajo.</p> <p>Mala Espina Check no tiene ninguna relación comercial, financiera o institucional con el Estado, partidos políticos, ni dirigentes políticos, ni tampoco recibe financiamiento de estos.</p> <p>Además, como medio no recibimos financiamiento de partidos ni movimientos políticos. Para un ejercicio independiente, neutral e imparcial del periodismo, Mala Espina Check no permite que haya miembros de partidos o movimientos políticos en su equipo”.</p>	<p>“Perseguir la objetividad y el apartidismo en cada artículo que producimos, por eso estos carecen de adjetivos o se ven reducidos al mínimo”.</p>	<p>“Se nos suele asociar con algunas corrientes políticas, pero como plataformas independientes y sin afiliación”.</p>	<p>“No. Si bien a nivel individual los miembros de CFN pueden tener sus opiniones políticas particulares, consideramos que el problema de la desinformación, la manipulación de plataforma y las operaciones de influencia deben ser abordados desde un punto de vista apolítico y objetivo, ya que, de no ser así, la iniciativa de convierte en un medio de contrapropaganda y no una iniciativa anti-desinformación. Les intentamos dar herramientas a nuestros lectores para que enfrenten el problema "venga de abajo, de arriba, del centro, la izquierda o la derecha", es decir, sea generada por ciudadanos, por el poder o provenga de algún interés político”.</p>
<b>Categoría 5: Financiamiento (FIN.)</b>	<p>“Como empresa debemos buscar recursos para financiar nuestro proyecto, para lo que tenemos varias vías: grants, crowdfunding y suscripciones</p> <p>A lo largo de su historia, parte de los gastos necesarios de Mala Espina</p>	<p>“Desde 2021, Fast Check CL es una iniciativa de <i>fact checking</i>, perteneciente a la empresa privada Tlön Comunicaciones SpA</p> <p>Uno de los pilares del financiamiento de este medio es la membresía, que permite a las</p>	<p>“Somos independientes económicamente, es un proyecto autofinanciado por nosotros, pues no es nuestro afán ganar plata. Somos muy independientes en ese punto, no tenemos que rendirle cuentas a nadie y la línea editorial la</p>	<p>“Hemos trabajado en varios proyectos internacionales de verificación e investigación de operaciones de influencia, el más reciente fue auspiciado por el <i>Institute of War y Peace</i> y CAPIR. Pero nuestro trabajo por muchos años fue de voluntariado ciudadano”</p>

	<p>Check han sido financiados por su director. Además, se está realizando un crowdfunding a través de la plataforma Revenu y recibimos fondos por nuestra labor en la alianza LatamChequea, donde combatimos la desinformación sobre coronavirus y el proceso de vacunación. Además, Google News Initiative apoya nuestro proyecto Lupa Constitucional. En Chile uno de nuestros aliados es la Fundación Konrad Adenauer, junto a quienes trabajamos en combatir la desinformación y contamos con su apoyo. También contamos con avisos publicitarios de Google Adsense. En total, los aportes a este medio se dividen en 65% de la Fundación Konrad Adenauer, 20% de Google News Initiative, 10% de Latam Chequea, 3% Google Adsense</p>	<p>personas colaborar en la lucha contra la desinformación. Además, Fast Check, vende servicios comunicacionales y de publicidad a diferentes marcas. El medio postula activamente a fondos privados y públicos, de carácter concursables para levantar proyectos y financiamiento. Finalmente, Fast Check CL sostiene desde 2021 diferentes alianzas con empresas tecnológicas, como con la empresa Meta Platforms Inc., en el marco de trabajo del <i>Programa Third Party Fact Checking</i>, entre otras empresas”.</p>	<p>definimos nosotros, es más, buscamos que la defina nuestros usuarios a través de RRSS.”.</p>	
--	---	--	---	--

	<p>y Crowdfunding 2%.</p> <p>Mala Espina Check no tiene ninguna relación comercial, financiera o institucional con el Estado, partidos políticos, ni dirigentes políticos, ni tampoco recibe financiamiento de estos”.</p>			
<p><b>Categoría 6: Capacidad Tecnológica (C.T.)</b></p>	<p>“Durante el reporte se contacta a las fuentes originales y oficiales, además de fuentes alternativas como expertos o especialistas en el tema para realizar un chequeo acucioso y objetivo. En el caso de frases o cifras, estas son seleccionadas en base a su relevancia pública, y en cuanto a imágenes y videos se utilizan para verificar las herramientas tecnológicas disponibles”.</p>	<p>“En 2020 decidimos lanzar el sitio web, para constituirnos como un medio digital multiplataforma, con un método y un sistema de calificación, que nos permitiera ofrecer periodismo de alta calidad y sin muros de pago a nuestra audiencia.</p>	<p>“Nuestro trabajo está centrado en el uso de las redes sociales como medio de conexión entre los usuarios, quienes nos entregan temas que los preocupan o necesitan que verifiquemos; pero también como medio de difusión de la información. Estamos muy atentos a sus mensajes y a hablar de los temas nos pide la gente que verifiquemos, un 90% de lo que publicamos es sobre lo que piden los usuarios”.</p>	<p>“Utilizamos principalmente herramientas de análisis OSINT para rastrear pruebas y presentarlas en nuestros trabajos. Herramientas como CrowdTangle, Whopostedwhat.com, Gephi, scripts en Python y un montón para analizar Twitter (que ahora no sirven). También, en algún momento fuimos aliados de investigación para Twitter y en la actualidad lo somos de Meta”.</p>
<p><b>Categoría 7: Reconocimientos (REC)</b></p>	<p>“Mala Espina está verificada como signataria del Código de Principios de la <i>International Fact Checking Network</i> (IFCN).”</p>	<p>“<i>International Fact Checking Network</i> (IFCN) nos certificó como miembros de su organización, acreditando nuestro medio con las mejores</p>		<p>“El reconocimiento principal es la acogida y la interacción que hemos llegado a tener con lectores en Venezuela y varios países de Latinoamérica. Solemos presentar</p>

		<p>prácticas de <i>fact checking</i> internacionales. El 2020 también fuimos premiados con el primer lugar en el Premio Periodismo de Excelencia Digital que entrega la Universidad Alberto Hurtado en Chile. Al año siguiente, nuestra empresa se hizo socia de Meta Platforms Inc. a través del Programa de Verificación de Hechos de Terceras Personas, lo que nos permite combatir la desinformación en las plataformas sociales asociadas a esta compañía. Por la cobertura periodística realizada durante el Estallido Social, Fast Check CL recibió el Premio Periodismo de Excelencia – Categoría: Digital Innovación 2019”.</p>		<p>nuestro trabajo en muchos escenarios internacionales sobre derechos digitales, sobre desinformación y operaciones de influencia, como el RightsCon y el MozFest”</p>
<p><b>Categoría 8: Equipo Productor (E.P)</b></p>	<p>“Tomás Martínez, director de Mala Espina Check, Francisca Toledo, periodista de la Universidad Diego Portales, John Alday.</p>	<p>“Fabian Padilla, director y editor general; Isidora Osorio, subeditora; Elías Miranda y Maximiliano Echevoyen, periodistas y verificadores,</p>	<p>“Esta iniciativa está compuesta por los periodistas Rodrigo Agurto, Víctor Bascur y Fernando Mejías”</p>	<p>“Somos un equipo de 5 personas en la actualidad y 4 formamos parte de la iniciativa desde su creación. Generalmente seleccionamos talentos cuyo trabajo conocemos, que</p>

	Periodista de la Universidad Diego Portales, Camila Ramírez, periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Germán Jara, Desarrollador web y Periodista de la Universidad Diego Portales”.	Álvaro Briones y Patricio Vera, equipo freelance”.		tienen conocimientos sobre verificación, desinformación, propaganda u operaciones de influencia. Tenemos un semillero de periodistas a quienes les damos capacitación y de allí suelen surgir candidatos.”
--	---	--	--	--

#### 4.2 Análisis categorial del discurso autodeclarativo de Plataformas de *Fact Checking* Universitarias en Chile

		Plataformas chilenas universitarias	
Categorías		Fact Checking Chile	Observatorio de Datos
<b>Categoría 1: Surgimiento (S.P)</b>		“Somos una iniciativa de verificación del discurso público, que se lleva a cabo desde 2013 en la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile”	“El Observatorio de Datos (ODA) nace en 2017. Somos un centro académico perteneciente a la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez, con el objetivo de consolidar el trabajo que dicho plantel desarrolla en el campo del Periodismo de Datos desde el año 2013. Desde el año 2019, con motivo del «estallido social» iniciamos camino en el Fact-Checking”
<b>Categoría 2: Justificación del trabajo (J.T)</b>		“Buscamos también ser un espacio de conversación, difusión y creación de comunidad en torno al <i>fact checking</i> y educar en una cultura de verificación y media literacy en Latinoamérica. Recalcamos la importancia de llevar a cabo este ejercicio periodístico y académico cuyo centro es el rol de perro guardián del periodismo en función del desarrollo de una democracia, donde a quienes ostentan una situación de poder, se les exige una rendición de cuentas para que los ciudadanos cuenten con más y mejores antecedentes para desenvolverse”.	“Nosotros partimos como un servicio social, pues atendíamos a una necesidad que nace desde las personas, porque tienen ese deseo de saber si lo que están leyendo, o escuchando de una autoridad o en alguna declaración es cierto o no, pero también de decir, si algo es impreciso o le faltan datos. Más bien, lo que hacemos es darle la información para que ellos hagan su veredicto, pero conociendo todo. Buscamos también hacer más conocido el <i>Fact checking</i> y entregarle la importancia que merece, que se vea como un tipo de periodismo importante, un área integrada al igual que las otras y atraer a más estudiantes a

		<p>interesarse en la verificación. Y poder publicar artículos e investigaciones con nuestras verificaciones”.</p>
<p><b>Categoría 3: Metodología (MET)</b></p>	<p>“Durante un semestre académico los estudiantes entrenan y trabajan como verificadores en proyectos cuyo tema varía según la contingencia, que impliquen ejercer el rol periodístico del perro guardián dentro de una sociedad democrática. El resultado publicado es editado con estándares profesionales por un equipo conformado por profesores y ayudantes de cátedra.</p> <p>Los ejercicios de verificación que hace el Equipo de <i>Fact Checking</i> UC se basan en una metodología que apunta a tres ejes, la relevancia de las afirmaciones seleccionadas, es decir que estas tengan impacto en una comunidad; la validez de las fuentes escogidas, siguiendo a otros proyectos de verificación, contactando primero a la fuente original, luego a las fuentes oficiales y finalmente a las fuentes alternativas; y la transparencia del proceso, que hace a la investigación replicable.</p> <p>Este proceso se desarrolla primero con una exhaustiva revisión de prensa en medios impresos, digitales y audiovisuales para conocer en profundidad los temas a verificar y levantar afirmaciones, por lo que se considera la frecuencia de los temas, su relevancia y que las frases seleccionadas tengan datos objetivamente verificables. Cuando hacemos chequeos de eventos en vivo, priman los dos últimos criterios mencionados.</p> <p>El proceso de investigación contempla la búsqueda y análisis de datos objetivos provenientes de fuentes abiertas y primarias. En algunos casos, se contactaron expertos para entender e interpretar con su ayuda los aspectos técnicos de la investigación. Cada investigación tiene un proceso de edición doble, guiada primero por un editor y luego visada por la editora general.</p>	<p>“¿Cómo trabajamos el material que sometemos a verificación? Paso 1: definir el objeto de análisis Separamos el material en dos tipos, según su naturaleza: discursivo y multimedial Contenido discursivo: Analizamos veracidad y calidad de datos, información y argumentos contenidos en mensajes de todo tipo, como pueden ser textos periodísticos (o aparentemente periodísticos), declaraciones públicas, comunicados de prensa, mensajes en redes sociales, etc. Piezas multimediales: Verificamos fotografías, videos y audios a partir de sus metadatos y elementos técnicos para detectar su origen y manipulación si la hubiera. Paso 2: chequear al emisor Revisamos qué tan confiable es el emisor a partir de una serie de preguntas: ¿De dónde proviene el mensaje o pieza multimedial que vamos a analizar? ¿El emisor original tiene identidad conocida o es anónimo? ¿Es una institución o una persona? ¿Hay sospecha de que sea un bot? Paso 3: Acceder al emisor Si el emisor es un bot o un anónimo no avanzamos en el chequeo. Revisamos si el mismo mensaje ha sido emitido por otra vía por alguien identificable. Contactamos a la persona o institución y le solicitamos información respecto de las fuentes que respaldan lo que dice. Paso 4: reporteo Recurrimos a fuentes expertas, documentales y humanas que nos aporten información relevante. Paso 5: Calificación: Para contenido discursivo; Verdadero, Confiable, Requiere más información, Impreciso, Discutible, Desmentido, No confiable, Corresponde a otro contexto, Sin argumentos/Insostenible, Falso y Engañoso. Para contenido</p>

	<p>Los parámetros para definir la credibilidad de las afirmaciones fueron inspirados a partir de las metodologías y principios utilizados por el medidor de verdad de Politifact y El Sabueso de Animal Político. Se crearon categorías mutuamente excluyentes y aplicables al contexto en el que se desarrolla el ejercicio.</p> <p>Estas son: Creíble/correcto; Creíble, pero...; Sería creíble, pero...; Se puso creativo; No creíble/incorrecto; y Ciencia ficción.”</p>	<p>multimedia; Existe, Corresponde a otro contexto, Manipulado y Falso.”</p>
<b>Categoría 4: Financiamiento (FIN)</b>	<p>“Factchecking.cl no tiene fines de lucro ni recibe financiamiento, al desarrollarse dentro de una cátedra de Periodismo, que se imparte dos veces al año”.</p>	<p>“Contamos con recursos de la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez: una sala de trabajo ubicada en la sede Peñalolén, computadores, financiamiento de nuestra página web, pago de horas de profesor a cargo del observatorio y financiamiento de alumnos ayudantes”.</p>
<b>Categoría 5: Capacidad tecnológica (C.T)</b>	<p>“Al desarrollarse como cátedra semestral los estudiantes cuentan con los equipos dispuestos por la universidad para realizar los chequeos, así como una sala a su disposición”.</p>	<p>“La herramienta utilizada principalmente es el reporte. Sin embargo, también se trabaja con Google, BuzzSumo (pagado), Tineye, Fotoforensics, INVID, AIDR, buscador de imágenes de Google, BuzzSumo. Para verificar fotografías, TinEye, Google Buscador de imágenes, Fotoforensics, FindExif, Online photo EXIF metadata reader, Earth Observatory, Google Maps. Para verificar rumores en redes sociales, AIDR. Para el chequeo de tópicos WolframAlpha. Y, por último, para medir el alcance de una noticia falsa, BuzzSumo”.</p>
<b>Categoría 6: Reconocimientos (REC)</b>	<p>“Entre los proyectos que se han llevado a cabo, está la verificación de la Cuenta Pública presidencial de 2017 que fue finalista en la categoría digital del Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado en 2017. El mismo año, la verificación a las afirmaciones emitidas por los candidatos presidenciales en el debate televisado fue preseleccionado dentro del mismo certamen.</p> <p>Este proyecto ha sido destacado por:</p>	<p>“En 2020 nuestro equipo ingresó al mapa de fact-checkers del Duke Reporter’s Lab de la Universidad de Duke.</p> <p>Destacan el trabajo que hicimos en 2019 en la verificación de contenido circulante Chile durante los meses de octubre y noviembre en el llamado «estallido social».</p> <p>En el mes de julio fuimos parte del mayor ejercicio de verificación en la historia del periodismo chileno”</p>

	Duke Reporters Lab, Fundación Gabo, Premio Periodismo de Excelencia Universidad Alberto Hurtado y Vive la UC”	
--	---	--

### 4.3 Análisis categorial del discurso autodeclarativo de Plataformas de *Fact Checking*

#### Mediáticas en Chile

Plataformas chilenas mediáticas						
Categorías	Biobío Chile Notas Fake News	El Polígrafo	La Tercera Check	Meganoticias Noticias Falsas	AFP Factual	Chequeo
<b>Categoría 1: Surgimiento (S.P)</b>	“Este proyecto parte de forma poco planificada con la llegada del estallido social en octubre de 2019, pues con la cantidad de videos de denuncia que nos llegaban se nos hizo imprescindible que no pudiésemos entregar una respuesta más verificada a los usuarios”.	“Esta fue una conversación que partió en 2012, producto de las elecciones presidenciales del 2013. Empezamos con la idea de la creación de una unidad de investigación en El Mercurio, y esto fue el primer precedente fuerte de armarla porque queríamos ver de qué manera podíamos hacer una cobertura diferente de las elecciones que en todos los medios es bastante clásica.	“La verificación como sección surge producto del estallido social de 2019. Sin embargo, es debido a la llegada de la pandemia que el trabajo como plataforma se consolida, con publicaciones de verificación centradas en el área de la ciencia.”	“Con el comienzo del estallido social en octubre del 2019 la desinformación y las noticias falsas y denuncias ciudadanas tergiversadas o erróneas que se recibía aumentó, consolidando la sección de <i>Fact Checking</i> ”.	“Para abordar la propagación de la desinformación en internet, la AFP creó un equipo específico de fact-checking e investigación digital en 2017, basada en su experiencia con el galardonado proyecto colaborativo CrossCheck, creado para las elecciones francesas de ese año. Desde entonces, el servicio de fact-checking de la AFP ha crecido hasta el	“Inicia sus operaciones previo al estallido social de 2019, pero es en este periodo que consolida su trabajo en el área del <i>Fact Checking</i> ”.

		Nos preguntamos cómo podíamos presentarle algo nuevo a la gente y empezamos a mirar distintos modelos de cosas que se estaban haciendo alrededor del mundo y ahí dimos con PolitiFact del Tampa Bay Times [que ganó un Pulitzer en 2009”			punto de convertirse en la principal organización mundial de verificación, con más de 100 periodistas dedicados a esta labor en decenas de países en todo el mundo”.	
<b>Categoría 2: Justificación del trabajo (J.T)</b>	“La situación y nuestra audiencia demandaban o exigían una respuesta, pero también nosotros sentíamos que se lo debíamos. Además, y lo que nos diferencia es que somos muy prolijos a la hora de hacer cualquier investigación, es más en el <i>Fact</i>	“En noviembre de 2013 se desarrolló la primera vuelta y en diciembre de las elecciones presidenciales de Chile, donde por primera vez en la elección de su máxima autoridad se aplicó el	“La crisis comunicacional y sanitaria que vivía el país trajo consigo una necesidad en el público que era la certeza, es por ello que el aumento en las verificaciones del discurso y/o declaraciones en	“El departamento de <i>Fact Checking</i> es la respuesta al aumento de informaciones falseadas, sin contexto y la incertidumbre que el público tenía producto del estallido social de 2019. Es por ello que el principal foco de análisis son los temas nacionales.	“Prestamos especial atención a la desinformación que pueda poner en peligro la salud o la vida de las personas, perjudicar procesos democráticos o favorecer el discurso de odio y el racismo.”	“Con la llegada del estallido social de 2019, centra su trabajo en lo nacional y convierte en una característica el dinamismo de la cobertura de noticias del sitio durante las protestas”.

	<p><i>checking</i>, lo somos tanto que preferimos no hacerlo a menos que tengamos la certeza de que estemos persiguiendo algo válido. Siempre respondemos al público y su necesidad”</p>	<p>sistema de inscripción automática al padrón, y de voto voluntario. Para encargarse de este importante evento, el diario El Mercurio decidió dedicarse a chequear los datos que dijeran los candidatos o sus equipos en campaña, en línea con las experiencias mundiales de <i>fact checking</i>”.</p>	<p>medios e internet relacionadas a temas de salud, ciencia y tecnología por parte del equipo de La Tercera aumenta”.</p>			
<p><b>Categoría 3: Metodología (MET)</b></p>	<p>“Una de las cosas que nos hace diferentes a otras plataformas es nuestra modalidad emergente, es decir, nuestra unidad no funciona siempre, sino más bien cuando la situación lo requiere, por</p>	<p>“El polígrafo cuenta con una metodología de 7 pasos para la verificación. 1.Llamar a la fuente para pedir evidencias y que de su versión. 2.Revisar archivo,</p>	<p>“La Tercera cuenta con un sistema de división de las verificaciones tanto de declaraciones, discursos públicos, artículos, etc. en el cual se categoriza como</p>	<p>“Cuando existe una información o noticia que se considere hay que verificar, se desarrolla una investigación por parte de periodistas de Meganoticias, y de comprobarse la falsedad se enseña en una sección del noticiero junto a un rótulo de “No lo</p>	<p>“Nuestras verificaciones se basan en fuentes primarias y en el material no partidista recopilado por nuestros periodistas de <i>fact-check</i>, así como en los archivos de la AFP</p>	<p>“Chequeo utiliza las valoraciones de Falso e Impresivo en su análisis realizado por los periodistas encargados”</p>

	<p>ejemplo, procesos eleccionarios, la pandemia, etc. Contamos con una metodología a de 3 pasos, primero la selección de tema, recibimos mucha información y discriminamos según lo más urgente, priorizando lo que pone en riesgo la vida de las personas o desestabiliza la democracia, luego vemos el grado de masificación de la información, revisando redes sociales e internet. El segundo paso es destinar a los periodistas, definir plazos, fuentes e investigar. Por último, terminada la investigación todo es revisado por 3 editores</p>	<p>chequear si ya se hizo antes aquí o en otra fuente. 3.Documentación. 4.Google. 5.Expertos, se consulta a al menos tres expertos independientes para obtener contexto y evitar suposiciones erróneas. 6.Fuentes muertas, estudios y libros. 7.Fuente inesperada, buscar nuevas perspectivas y enfoques. Divide sus verificaciones en Verdadero, Casi Verdadero, Media Verdad y Falso.”</p>	<p>verdadero o falso”.</p>	<p>comparta, es falso”, misma modalidad utilizada en redes sociales y la página web del medio.”.</p>	<p>y en la colaboración con los reporteros de la Agencia sobre el terreno. También hablamos con expertos, a los que citamos en las verificaciones, identificando para quién trabajan, cuál es su área de especialización y los posibles conflictos de interés que puedan tener. Necesitamos contar con al menos dos fuentes de información independiente para verificar la principal afirmación de una pieza. Durante el proceso de verificación, nuestros periodista</p>	
--	--	--	----------------------------	--	---	--

	<p>quienes evalúan según variados parámetros la profundidad de la nota y su calidad para así pasar a la publicación. Se categoriza en Falso, En investigación, Probable y Verdadero”</p>				<p>s cooperan con los editores regionales. Los editores dialogan con ellos sobre las afirmaciones y <i>fact-checks</i> propuestos, evalúan y explican qué pruebas serán necesarias y editan el artículo antes de su publicación. Categoriza según Falso, Engañoso, Verdadero, Foto Manipulada, Video Manipulado, Sin contexto, Humor y Deepfake.”.</p>	
<p><b>Categoría 4: Orientación Ideológica (O.I)</b></p>	<p>“Al igual que en Biobío Chile y Radio Biobío nos declaramos abiertamente independientes de toda ideología política, religiosa,</p>				<p>“Aplicamos prácticas editoriales independientemente de la fuente de la afirmación verificada, y no nos centramos en</p>	

	económica, etc.”				ningún partido, candidato o sitio web en particular. La AFP es independiente y libre de influencias políticas, comerciales o ideológicas.”.	
<b>Categoría 5: Financiamiento (FIN)</b>	“Dentro de los recursos que tenemos en el departamento de prensa, redestinamos, es decir, periodistas dedicados a otra labor, siempre investigativa, se dedican durante un tiempo a hacer <i>Fact checking</i> ”.				“Los ingresos de la AFP proceden de diversas fuentes, como medios de comunicación en todo el mundo (The New York Times, BBC, Le Monde, El Comercio, MediaCorp, etc.), plataformas de internet (Tik Tok, Meta, Twitter, Google), Factstory, la Unión Europea y el Estado francés.”	
<b>Categoría 6: Capacidad tecnológica (C.T)</b>	“Nuestro principal recurso son nuestros periodistas,				“Usamos herramientas para archivar como	

	<p>pues con las herramientas básicas (un computador, teléfono, etc.) desarrollan su trabajo, nos basamos en la investigación y la experiencia del periodista, más allá de las herramientas tecnológicas”.</p>				<p>Wayback Machine y Perma.cc. Con frecuencia usamos, y recomendamos, nuestra extensión InVID/We Verify, que, con un simple clic derecho, ofrece la opción de buscar en varios motores a la vez: Google, Bing, Yandex, TinEye y Baidu.”</p>	
<p><b>Categoría 7: Reconocimiento (REC)</b></p>	<p>“Hemos estado presentes en la Red Internacional del Instituto Poynter. Estamos presentes en el mapa de plataformas del <i>Duke Reporters Lab</i>”</p>				<p>“AFP Factual se encuentra presente en diversos países del mundo y presenta colaboración en proyectos internacionales como A European Perspective, Factstory, European Data News Hub, entre muchos otros”. Además de su</p>	

					incorporación en el mapa de plataformas del <i>Duke Reporters Lab</i>	
--	--	--	--	--	---	--

#### 4.4. Análisis tipología del discurso autodeclarativo de Plataformas de *Fact Checking* Independientes en Chile

Plataforma	Tipo de discurso predominante	Evidencia discursiva
Mala Espina Check	Explicativo	Ser un aporte a la ciudadanía chilena para luchar contra la desinformación, que aumentó desde el inicio de la crisis
Fast Check Cl	Explicativo	El compromiso de Fast Check fue y sigue siendo, ayudar a las personas, amigos, familia, a evitar discusiones fútiles en base a noticias falsas o desinformaciones que circularon y, lamentablemente, siguen circulando en Chile y el mundo.
Cazadores de Fake News	Explicativo	Nace como nuestra contribución a la ciudadanía a disminuir la desinformación
Fake News Report Chile	Explicativo	Somos una respuesta de la sociedad civil al problema de la desinformación en Venezuela

#### 4.5. Análisis tipología del discurso autodeclarativo de Plataformas de *Fact Checking* universitarias en Chile

Plataforma	Tipo de discurso predominante	Evidencia discursiva
FactCheck Cl	Autoridad	... se lleva a cabo desde 2013 en la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Importancia de llevar a cabo este ejercicio periodístico y académico. El resultado publicado es editado con estándares profesionales por un equipo conformado por profesores y ayudantes de cátedra. Los parámetros para definir la credibilidad de las afirmaciones fueron inspirados a partir de las metodologías y principios utilizados por el medidor de verdad de Politifact y El Sabueso de Animal Político.

		<p>... finalista en la categoría digital del Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado en 2017.</p> <p>Este proyecto ha sido destacado por:  <i>Duke Reporters Lab</i>, Fundación Gabo, Premio Periodismo de Excelencia Universidad Alberto Hurtado y Vive la UC</p>
Observatorio de Datos	Autoridad	<p>Somos un centro académico perteneciente a la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez.</p> <p>... se trabaja con Google, BuzzSumo (pagado), TinEye, Fotoforensics, INVID, AIDR, buscador de imágenes de Google, BuzzSumo. Para verificar fotografías, TinEye, Google Buscador de imágenes, Fotoforensics, FindExif, Online photo EXIF metadata reader, Earth Observatory, Google Maps. Para verificar rumores en redes sociales, AIDR. Para el chequeo de tópicos WolframAlpha. Y, por último, para medir el alcance de una noticia falsa, BuzzSumo.</p> <p>En 2020 nuestro equipo ingresó al mapa de fact-checkers del Duke Reporter's Lab de la Universidad de Duke.</p>
	Explicativo	<p>Nosotros partimos como un servicio social, pues atendíamos a una necesidad que nace desde las personas...</p>

#### 4.6. Análisis tipología del discurso autodeclarativo de Plataformas de *Fact Checking* Mediáticas en Chile

Plataforma	Tipo de discurso predominante	Evidencia discursiva
Biobío Chile Notas Fake News	Explicativo	<p>... con la cantidad de videos de denuncia que nos llegaban se nos hizo imprescindible que no pudiésemos entregar una respuesta más verificada a los usuarios.</p> <p>La situación y nuestra audiencia demandaban o exigían una respuesta, pero también nosotros sentíamos que se lo debíamos.</p>

		Siempre respondemos al público y su necesidad.
El Polígrafo	Explicativo	... partió en 2012, producto que en noviembre de 2013 se desarrolló la primera vuelta y en diciembre el balotaje de las elecciones presidenciales de Chile... Por lo que para cubrir este evento decidimos recurrir a la verificación de datos. Nos preguntamos cómo podíamos presentarle algo nuevo a la gente y empezamos a mirar distintos modelos de cosas que se estaban haciendo alrededor del mundo. Para encargarse de este importante evento, el diario El Mercurio decidió dedicarse a chequear los datos que dijeran los candidatos o sus equipos en campaña.
	Autoridad	Recibimos una capacitación de PolitiFact del Tampa Bay Times [que ganó un Pulitzer en 2009]
La Tercera Check	Explicativo	... surge producto del estallido social de 2019. Sin embargo, es debido a la llegada de la pandemia que el trabajo como plataforma se consolida, con publicaciones de verificación centradas en el área de la ciencia. La crisis comunicacional y sanitaria que vivía el país trajo consigo una necesidad en el público que era la certeza.
Meganoticias Noticias Falsas	Explicativo	Con el comienzo del estallido social en octubre del 2019 la desinformación y las noticias falsas y denuncias ciudadanas tergiversadas o erróneas que se recibía aumentó, consolidando la sección de <i>Fact Checking</i> . ... es la respuesta al aumento de informaciones falseadas, sin contexto y la incertidumbre que el público tenía producto del estallido social de 2019.
AFP Factual	Explicativo	Para abordar la propagación de la desinformación en internet, la

		AFP creó un equipo específico de fact-checking
	Autoridad	Experiencia con el galardonado proyecto colaborativo CrossCheck. Somos la principal organización mundial de verificación, con más de 100 periodistas dedicados a esta labor en decenas de países en todo el mundo. Colaboración en proyectos internacionales como: A European Perspective, Factstory, European Data News Hub, entre muchos otros.
Chequeo	Explicativo	Con la llegada del estallido social de 2019, centra su trabajo en lo nacional y en la cobertura de protestas de octubre de 2019.

#### 4.7 Discusión de los resultados

Por un lado, en el análisis del contenido de los discursos autodeclarativos se observa que en la categoría Surgimiento, las plataformas Independientes tienen como fecha común de inicio el año 2019, teniendo a su vez en su mayoría octubre del 2019 o el denominado Estallido social como factor detonante del trabajo de verificación. Esto a excepción de Cazadores de Fake, que comenzó su labor en febrero del mismo año.

En el caso de las plataformas Universitarias, inician sus operaciones cuando sus debidas escuelas incorporan el Fact Checking dentro de su plan curricular, esto es, 2013 Factcheck.cl, perteneciente a la Pontificia Universidad Católica; y el año 2017 el Observatorio de Datos de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Por último, en las plataformas Mediáticas se observa que Biobío Chile Notas Fake News, La Tercera Check, Meganoticias Noticias Falsas y Chequeo mencionan como factor de surgimiento el Estallido Social de octubre de 2019. Mientras que El Polígrafo del diario El Mercurio, data su origen el año 2013 producto de las Elecciones presidenciales de ese año; y AFP Factual el año 2017, cuando se asocia a su homólogo en Francia.

Al respecto de la categoría Justificación del Trabajo todas las plataformas aluden su labor y deber con la sociedad en combatir las noticias falsas y entregar información verificada. No obstante, las plataformas Universitarias también añaden su rol como centros académicos, es decir, educar y formar a los estudiantes como “perro guardián del periodismo” (Factcheck.cl, s.f.), así como hacer conocido para ellos el Fact Checking.

En la categoría metodología se determinó que existen diferencias en la cantidad y el tipo de pasos que cada plataforma realiza a la hora de desarrollar una verificación, así como también en la categorización o clasificación que le entregan a los contenidos verificados. Sin embargo, sí se observan puntos en común como el reporte, el contacto de fuentes, la documentación y la clasificación como etapas del proceso; y en esta última, títulos como verdadero o correcto y falso, se repiten entre las plataformas. Además, en las plataformas Mediáticas destaca el carácter emergente en la activación del trabajo en el Fact Checking, es decir, no estar activas siempre, sino más bien, en situaciones específicas.

Al analizar el contenido autodeclarativo que responde a la categoría Orientación ideológica, se observa que las plataformas Independientes resaltan su carácter apolítico, apartidista, neutral, objetivo y tal como dice su nombre independiente. Misma descripción que utilizan las plataformas Mediáticas de Biobío Chile y AFP factual. Por otro lado, tanto las plataformas universitarias, como las plataformas mediáticas, La Tercera Check, El Polígrafo, Meganoticias Noticias Falsas y Chequeo, no entregan información alusiva a esta categoría.

En relación a la categoría Financiamiento se destaca la labor de los suscriptores, donadores voluntarios y membresías como entes de financiamiento del trabajo de las plataformas Independientes, así como también la postulación a proyectos de investigación, concursos a fondos públicos y privados y la cooperación con fundaciones y organizaciones.

Al contrario de lo anterior, se encuentran las plataformas Universitarias, las cuales mencionan utilizar fondos destinados por sus casas de estudio, es decir, el dinero otorgado por las escuelas de Periodismo o Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica y Universidad Adolfo Ibáñez, respectivamente.

Por último, solo las plataformas Mediáticas de Biobío Chile Notas Fake News y AFP Factual exponen información respecto a su financiamiento. En el caso de la primera, se menciona que recibe recursos redestinados por el departamento de Prensa del Medio para esta labor, y en el caso de la segunda, recibe fondos de medios de comunicación con los que colabora, plataformas de internet, organizaciones, el Estado Francés y la Unión Europea.

En la categoría Capacidad Tecnológica, en primer lugar, las plataformas Independientes, Mala Espina Check, informa que como herramienta utiliza el reporte y diversas herramientas tecnológicas; la plataforma Fast Check Cl, la distribución digital mediante su sitio web; Cazadores de Fake News, el uso de redes sociales para captar temas, responder mensajes y distribuir las verificaciones; y Fake News Report Chile menciona el

despliegue de herramientas de análisis como OSINT, Crowd Tangle, Whopostedwhat.com, Gephi, Scripts en Pynthon y Meta.

En segundo lugar, en las Universitarias, por un lado, Factcheck.cl expone el uso de equipos disponibles en el campus universitario; y por otro, el Observatorio de Datos añade la utilización de Google, BuzzSumo, Tineye, Fotoforensics, INVID, AIDR, Find Exif, Online Photo Exif metadata reader, Earth Observatory, Google Maps y Wolfram Alpha. Y, en Tercer lugar, solo las plataformas Mediáticas de Biobío Chile y AFP disponen de información de público dominio. La primera, menciona a los periodistas como su principal tecnología, así como la utilización de dispositivos como teléfonos, computadores, conexión a internet y redes sociales; mientras que la segunda agrega herramientas como Wayback machine, Perma.cc, INVID, Weverify, Google, Bing, Yandex, Tineye y Bardu.

Al respecto de los Reconocimientos (categoría REC), tres de las cuatro plataformas Independientes muestran menciones como verificación por el Código de Principios de la IFCN, Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, sociedad con organizaciones y empresas como Meta, la acogida del público y la participación de su trabajo en eventos relacionados al Fact Checking como Rightscon y Moz Fest. A diferencia de la plataforma Fake News Report que no entrega información al respecto.

Las plataformas Universitarias destacan ser reconocidas por el Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, la Fundación Gabo, Vive la UC y su incorporación al mapa de plataformas del Duke Reporters Lab de la Universidad de Duke. Sumando también el trabajo de ambas plataformas en elecciones presidenciales de Chile. Y en el caso de las plataformas Mediáticas solo dos de ellas informan reconocimientos, estas son, Biobío Chile Notas Fake News y AFP Factual. Biobío Chile, destaca estar presente el mapa de plataformas del Duke Reporters Lab y en la Red Internacional del Instituto Poynter; y AFP suma su colaboración con proyectos internacionales de investigación.

En la última categoría denominada Equipo Productor, solo las plataformas Independientes entregan una descripción detallada de su equipo colaborador.

Por otro lado, con respecto al análisis del Tipo de discurso argumentativo predominante en los contenidos de los discursos autodeclarativos, se determinó que el tipo de discurso predominante en las plataformas Independientes y Mediáticas es el Explicativo. Al contrario de las Universitarias, en las cuales predomina el discurso argumentativo Por Autoridad. No cabe mencionar que, en algunos casos, como lo es el de El Polígrafo, AFP Factual y el Observatorio de Datos, se mezclan tanto el tipo Explicativo como el discurso Por Autoridad.

## Capítulo V: Conclusiones

Esta investigación se propuso la realización de un análisis del contenido del discurso autodeclarativo o línea editorial de las plataformas de verificación que se encuentran en funcionamiento activo en Chile, dividiéndolas entre independientes, universitarias y mediáticas. De este, se obtuvieron ocho categorías: Surgimiento, Justificación del Trabajo, Metodología, Orientación Ideológica, Financiamiento, Capacidad Tecnológica, Reconocimientos y Equipo Productor.

Asimismo, dentro de este trabajo se obtuvieron coincidencias y diferencias entre cada tipo de plataforma enunciada.

En primer lugar, en la categoría Surgimiento, las plataformas Independientes tienen como fecha común de inicio el año 2019, teniendo a octubre del 2019 o el denominado Estallido social como factor detonante del trabajo de verificación. Si bien Cazadores de Fake, comenzó su labor en febrero del mismo año, profundizó su trabajo durante el Estallido social.

Lo mismo ocurre con las plataformas Universitarias, pues inician sus operaciones cuando sus debidas escuelas incorporan el Fact Checking dentro de su plan curricular, esto es, 2013 Factcheck.cl, perteneciente a la Pontificia Universidad Católica; y el año 2017 el Observatorio de Datos de la Universidad Adolfo Ibáñez. No obstante, sus verificaciones encuentran un periodo de auge y estabilidad durante la fecha mencionada.

Por último, en las plataformas Mediáticas se observa que Biobío Chile Notas Fake News, La Tercera Check, Meganoticias Noticias Falsas y Chequeo también mencionan como factor de surgimiento el Estallido Social de octubre de 2019. Mientras que El Polígrafo del diario El Mercurio, data su origen el año 2013 producto de las Elecciones presidenciales de ese año; y AFP Factual el año 2017, cuando se asocia a su homólogo en Francia.

Al respecto y gracias a este análisis se confirma la hipótesis planteada por Roberto Losada (2020) y mencionada en el marco teórico de este estudio, que señalaba a los periodos de crisis e inestabilidad como motores de noticias falsas (y por consecuencia del surgimiento de plataformas que las verifiquen o estudien). Esto, pues, tanto las elecciones presidenciales, como el Estallido Social de octubre de 2019 y la Pandemia del Covid-19, constituyen situaciones de crisis, inestabilidad y/o polémica.

En segundo lugar, se encuentra la categoría Justificación del Trabajo, donde las iniciativas recurren al deber periodístico de informar y a la responsabilidad social para con su público como principales motores de trabajo y creación del espacio de verificación. Así como

también a paradigmas como la desinformación derivada de procesos políticos y sociales, tales como elecciones o gobiernos; crisis sanitarias; etc., como potenciadores de la labor de *Fact Checking*.

Lo anterior en concordancia con lo explicado por el Magíster en Comunicación Política e Institucional en el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de Madrid, Carlos Rodríguez Pérez (2020) dentro del marco teórico de este estudio, quien señala que “el periodismo de verificación es la respuesta periodística ante el fenómeno de la desinformación y funciona, especialmente, como cortafuegos a la propagación de las mal llamadas fake news” (pág. 245.).

La tercera categoría denominada Metodología recoge puntos de similitud entre las plataformas como el reporte como principal medio de verificación y el contacto a la fuente como primera etapa en el trabajo investigativo. Así como también la creación de códigos y/o categorías para el análisis de las verificaciones. Sin embargo, es en este último punto, donde surgen diferencias, pues si bien se comparten títulos como verdadero o falso, cada medio ha designado según su criterio otros rótulos para encuadrar sus productos investigativos. Además, también se observan diferencias en la cantidad de pasos que los investigadores realizan a la hora de analizar. Y, por último, otro aspecto de discrepancia, es el factor de modalidad emergente o situacional al que responden las plataformas Mediáticas.

Donde sí existen una mayor diferencia a la hora de la explicitud del discurso es en la cuarta categoría, es decir, Orientación Ideológica, pues a diferencia de las plataformas Independientes, quienes resaltan su carácter apartidista, apolítico, neutral y como dice su nombre independiente; no todas las plataformas Mediáticas declaran este punto abiertamente, y las plataformas Universitarias se abstienen de informarlo.

Otro punto en el cual se encuentran discrepancias es en el aspecto de la declaración del financiamiento de las plataformas. Esto pues, las iniciativas de carácter independientes declaran públicamente en sus páginas web cómo financian su trabajo o si reciben el apoyo de alguna entidad. Mismo caso que las plataformas dependientes de centros educativos, las cuales disponen de aparatados donde se menciona este punto. Sin embargo, no es el caso de todas las plataformas Mediáticas, puesto que no refieren secciones acerca de los recursos con los cuales se realiza el trabajo de *Fact Checking*.

El reporte y la capacidad de los periodistas encargados destaca dentro de la sexta categoría, Capacidad Tecnológica, y surge como principal herramienta utilizada por las plataformas a la hora de realizar el *Fact Checking*. No obstante, se identifica dentro de sus

discursos autodeclarativos que plataformas como AFP Factual, Cazadores de Fake News y el Observatorio de Datos, presentan la utilización de recursos y aplicaciones especializadas para realizar *Fact Checking* y analizar los distintos tipos de contenidos (discursos, fotografías, videos, etc.) con los que trabajan.

Se reconoce la intencionalidad de adherir a una política de promoción de la excelencia en la verificación de datos, esto expuesto en la categoría Reconocimientos, donde a través de menciones a mecanismos de autorregulación como la Red Internacional de *Fact Checking*, *Duke Reporters Lab*, proyectos en colaboración con centros de estudios del área y premios por su labor periodística, buscan respaldar la calidad de las verificaciones realizadas. Aunque este punto es evidenciado de forma más clara y explícita en plataformas independientes y universitarias, siendo estas las que han recibido más reconocimientos.

A través de la categorización de los contenidos en el aspecto denominado como Equipo Productor, se llega a la conclusión de que las plataformas que declaran su equipo o disponen de un equipo especializado en el *Fact Checking*, son aquellas que se dedican a esta tarea como principal foco de trabajo, pues tal como se expone dentro del cuerpo de la investigación las plataformas incorporadas en medios tradicionales son compuestas por los mismos profesionales que trabajan en otras áreas del medio (principalmente en investigación o reportajes). Es por ello también que se concluye que estas disponen de un menor número de publicaciones o verificaciones.

Con respecto al análisis de la tipología del contenido del discurso autodeclarativo se establece la predominancia de los discursos explicativos, esto en directa relación de la necesidad de las plataformas de mostrar o evidenciar su labor con la sociedad y en el combate de las noticias falsas. Así como también, la incorporación del discurso Por Autoridad, en los casos mencionados anteriormente, con el objetivo de respaldar su trabajo y la calidad de este, y destacar dentro del campo.

Cabe mencionar que luego del análisis desarrollado y expuesto en la investigación de este trabajo, se identifica que plataformas mediáticas de verificación como Chequeo, El Polígrafo, La Tercera Check y Noticias Falsas de Meganoticias, no cumplen con algunos de los principios fundamentales establecidos por la Red Internacional de *Fact Checking* (IFCN), pues tal como se mencionó anteriormente, no declaran aspectos como su metodología, financiamiento ni línea ideológica, como es estipulado por el IFCN, de forma pública en apartados correspondientes o en su línea editorial. Esto afecta también en la percepción de la transparencia de la plataforma y especialización del trabajo.

Asimismo, es importante mencionar que gracias a la realización de esta investigación se entiende que la visibilización de una línea editorial en las plataformas de *Fact checking* estudiadas se entiende como un aporte al entendimiento de un fenómeno comunicativo y social muy actual y relevante para la sociedad. El cual como se explica en el marco teórico, “es la principal arma contra la desinformación, las mentiras, las manipulaciones y las fake news que tiene la ciudadanía” (Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals, s.f., s.p.).

En esta línea, se logra evidenciar que en los discursos autodeclarativos de estos medios de comunicación dedicados a la verificación se transparenta una concepción o forma de ser, así como también lineamientos que rigen la forma de trabajo o el “qué hacer” de estos. En otras palabras, las plataformas se autodefinen, justifican e intentan validar su actuar a través del contenido editorial.

Por ello se concluye que es importante la exhaustiva y transparente disposición de los contenidos que configuran los discursos autodeclarativos, que se entiende como la identidad de la plataforma, para así entregar una imagen representativa y completa de esta.

Con la realización de este estudio se logra evidenciar el rol del Fact Checking en Chile y el mundo, como un factor de oposición a la desinformación y las noticias falsas, así como su concepción desde un deber para con la sociedad y la democracia. Lo cual ya había sido mencionado en el marco teórico de esta investigación por diversos autores, tales como Carlos Rodríguez o la Corporación Mitjans, quienes lo establecen como un “*watchdog* de asuntos públicos y políticos (Rodríguez Pérez, C., 2020, pág. 244), o como la “principal arma contra la desinformación, las mentiras, las manipulaciones y las fake news que tiene la ciudadanía a través del periodismo” (Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals, s.f., s.p.). Y es confirmado gracias al análisis del contenido del discurso autodeclarativo dispuesto en la categoría Justificación del Trabajo, que resalta el deber de las plataformas en el trabajo de informar y contrarrestar la desinformación, entregando certezas al público.

Este estudio puede servir como insumo para próximos estudiantes, ya que podrán encontrar una base para darle continuidad a los estudios de las plataformas de *Fact checking* y sus métodos de verificación. Además, podrán tener la información necesaria para la docencia si alguna carrera estuviese interesada en dictar un curso de *Fact checking*, podrán encontrar aquí los datos necesarios para el análisis de los métodos de verificación.

Por último, este estudio puede ser utilizado por las mismas plataformas, como una instancia de análisis para una mejora en el tratamiento, disposición y transparencia de los contenidos del discurso auto declarativo. Por ejemplo, al determinar las diferencias en los

contenidos expuestos, es posible comparar los elementos faltantes o en déficit sustancial, es decir, las plataformas pueden contrastar su información expuesta con la de las otras plataformas y cómo esto influye en la percepción de la imagen que recibe el público, sirviendo de punto de inicio para un estudio de mercado.

## Bibliografía

- 24horas. (s/f). *La fake news más compartida en Chile: “El COVID-19 fue creado artificialmente en laboratorio”*. 24horas. Recuperado el 20 de julio de 2022, de <https://www.24horas.cl/coronavirus/la-fake-news-mas-compartida-en-chile-el-covid-19-fue-creado-artificialmente-en-laboratorio-4409664>
- Alonso, C. (2013). Análisis de redes sociales visuales. Recupero de: <http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/2846/Trabajo.pdf?sequence=1>
- Amorós, M. (2019). Los medios de comunicación contra las noticias falsas: todo es falso, ¿salvo el periodismo?
- Alzina, M & Cerqueira, L. (2020). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.Info*, (44), 225–239. Recuperado de: <https://doi.org/10.7764/cdi.44.141>
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Aracil, J. (2017). Fact-checking frente a la abundancia de información. *Frontera Digital*. Recuperado de: <https://www.fronterad.com/fact-checking-frente-a-la-abundancia-de-informacion/>
- Araneda, M., Canales, J., Cornejo, A., Fouilloux, G., Urmeneta, M. & Verdejo, R. (2021). Chequeo y luego existo: las claves del “boom” del factchecking. *Vergara 240*. Escuela de Periodismo UDP. Recuperado de: <https://vergara240.udp.cl/especiales/fact-checking-chile-estallido-social/>
- Aznar H. (2003). Principios Editoriales. Recuperado de: [https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/7584/4/Principios\\_Aznar\\_2003.pdf](https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/7584/4/Principios_Aznar_2003.pdf)
- Aznar, H. (1999). *Comunicación Responsable*. Ariel Comunicación. Barcelona
- Barragán-Romero, A. I., & Bellido-Pérez, E. (2019). Fake News durante la Primera Guerra Mundial: Estudio de su representatividad en las portadas de la prensa española (ABC Madrid). *Historia y comunicacion social*, 24(2), 433–447. <https://doi.org/10.5209/hics.66288>
- Bauman, Z. (1996). *Teoría sociológica de la posmodernidad*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/138/13820504.pdf>
- Blanco-Alfonso, I., Chaparro-Domínguez, M. de L. Á., & Repiso-Caballero, R. (2021). El fact-checking como estrategia global para contener la desinformación. *Estudios*

sobre el mensaje periodístico, 27(3), 779–791. Recuperado de: <https://doi.org/10.5209/esmp.76189>

- Cambridge Dictionary. (s.f.). *Fake News*. Cambridge.org. Recuperado de: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/fake-news>
- Caridad-Sebastián, M, Morales-García, M, Martínez-Cardama, S & García-López, F. (2018). Información y posverdad: el papel de las bibliotecas. Recuperado de: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2018.jul.17>
- Castillo, V., Hermosilla, P., Poblete, J., & Durán, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, 34, pág. 87-108.
- Contreras, B. (2021). Cazadores de mentiras: El fact-checking en tiempos de convulsión política. *Somos Periodismo. Comunidad de estudiantes y docentes de periodismo de la PUCP*. Recuperado de: <https://somosperiodismo.com/cazadores-de-mentiras-el-periodismo-de-fact-checking-en-tiempos-de-convulsion-politica/>
- Corporación Catalana Mitjans Audiovisuals. (s.f.). *¿Qué es "Hechos o fakes"?* Recuperado de: <https://www.ccma.cat/catradio/fets-o-fakes/qui-som/fitxa/6797/>
- Cornella, A. (2003). Infoxicación. *Infonomía*. Barcelona. Recuperado de: [https://www.instituteofnext.com/wp-content/uploads/2018/02/948\\_infoxicacion.pdf](https://www.instituteofnext.com/wp-content/uploads/2018/02/948_infoxicacion.pdf)
- Cruz-Álvarez, J., & Suárez-Villegas, J.-C. (2017). Pautas deontológicas para el periodismo digital. *El profesional de la información*, 26(2), 249. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.11>
- Del Fresno, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *Profesional De La información Information Professional*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Delgado. (2017). Sistema de protección de los intereses del autor y del empresario en la propiedad intelectual. Régimen del empresario en el ámbito de la propiedad intelectual. Pág. 16. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/400934/Tesis%20Antonio%20Delgado.pdf?sequence=1>
- Diccionario de la Real Academia Española. (s.f.). *Definición de Bulo*. Real Academia Española. Recuperado el 6 de julio de 2022, de <https://dle.rae.es/bulo>
- Duke Reporters Lab. (junio, 2022). *Fact Checking*. Recuperado de <https://reporterslab.org/fact-checking/>

- Echeverría, F. (2010). Redes sociales académicas... el boom de la Web 2.0 académica. Recuperado de: <https://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2010/11/18/redes-sociales-academicas/>
- Elizabeth, J. (2014). Who are you calling a fact checker? *American Press Institute*. Recuperado de: <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-project/fact-checker-definition/>
- Elizondo, M., & Picot, C. (2011). El sujeto posmoderno en las redes sociales. III Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología (La Plata, 2011) <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/45391>
- Fast Check Cl. (s.f.). *¿Qué es el Fact Checking?* Recuperado de: <https://www.fastcheck.cl/fact-checking/>
- Fernández-García, N. (2017). «Fake news»: una oportunidad para la alfabetización mediática. Nueva Sociedad | Democracia y política en América Latina. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>
- Ferrer, C. (2020). El ecosistema de verificación que surgió con el estallido social preparó a Chile para la “infodemia”. *Red internacional de periodistas*. Recuperado de: <https://ijnet.org/es/story/el-ecosistema-de-verificaci%C3%B3n-que-surgi%C3%B3-con-el-estallido-social-prepar%C3%B3-chile-para-la>
- FNPI. (2022). Unesco advierte sobre crecientes desafíos a la seguridad y confianza del periodismo en el entorno digital. *Fundación Gabo*. Recuperado de: <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/noticias/unesco-advierte-sobre-crecientes-desafios-la-seguridad-y-confianza-del>
- Fontana Sierra, L. (2020). Pandemic and rearticulation of social relations. *Perifèria Revista d'investigació i formació en Antropologia*, 25(2), 101. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.770>
- Fundación Gabo. (2017). Conozca los Principios de la Red Internacional de Fact-Checkers. Recuperado de: <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/conozca-los-principios-de-la-red-internacional-de-fact-checkers>
- Fundación Konrad Adenauer. (2014). El Boom del Fact Checking en América Latina: Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado. Recuperado de: [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=c6a21701-5f10-84ea-397d-dbc75f1a69fe&groupId=287460](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=c6a21701-5f10-84ea-397d-dbc75f1a69fe&groupId=287460)
- García, W. (2020). Plataformas digitales. Su regulación fiscal. <https://books.google.cl/books?hl=es&lr=&id=P3rtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=pl>

[ataformas+digitales+&ots=syIVKmkPtS&sig=F1W\\_Eskvb4kPH6FAneZdZEvui7Q&redir\\_esc=y#v=onepage&q=plataformas%20digitales&f=false](https://www.repositorio.cepal.org/bitstream/handle/10781/42612/S1600013.es.pdf)

- Gitlin, T. (2018). Un cúmulo de crisis: circulación, ingresos, atención, autoridad y confianza. *Cuadernos de Información y Comunicación* (18). Recuperado de: <https://pdfslide.tips/documents/todd-gitlin-periodismo-un-cumulo-de-crisis.html?>
- Gómez, R. (2021). Fact Checking: una herramienta necesaria en tiempos de cambios. *Universidad de los Andes*. Chile. Recuperado de: [https://www.uandes.cl/noticias/fact-checking-una-herramienta-necesaria-en-tiempos-de-cambios/?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=fact-checking-una-herramienta-necesaria-en-tiempos-de-cambios](https://www.uandes.cl/noticias/fact-checking-una-herramienta-necesaria-en-tiempos-de-cambios/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=fact-checking-una-herramienta-necesaria-en-tiempos-de-cambios)
- González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Gutiérrez, A. C. (2021). Desinformación durante la pandemia: cómo detectarla y cuáles son los mejores caminos para combatirla. *Red internacional de periodistas*. Recuperado de: <https://ijnet.org/es/story/desinformaci%C3%B3n-durante-la-pandemia-c%C3%B3mo-detectarla-y-cu%C3%A1les-son-los-mejores-caminos-para>
- Gutiérrez, A. C. (2022). La experiencia de Factchequeado, un proyecto para combatir la desinformación entre la comunidad latina de EEUU. *Red internacional de periodistas*. Recuperado de <https://ijnet.org/es/story/la-experiencia-de-factchequeado-un-proyecto-para-combatir-la-desinformaci%C3%B3n-entre-la>
- Hameleers, M. & Van der Meer, T. (2020). Misinformation and polarization in a high-choice media environment: How effective are political fact-checkers? *Communication Research*, 47(2), 227–250. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/009365021881967>
- Hernández, J. (2019). Internet y Postmodernidad: Un soporte de comunicación tan irrelevante en la actualidad. *Necesidades Pedagógicas. Vivat Academia*, 146. Pág. 26-36. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/5257/525762353002/html/>
- Herrera, J. (2020). La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: análisis de cobertura de una noticia falsa en medios digitales chilenos. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(1), 138-158. Disponible en: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511562674007/html/index.htm>
- Herrera, C. (2012). El Amor Romántico como utopía emocional de la posmodernidad. *Entretantomagazine*. Recuperado de: <https://entretantomagazine.com/2012/10/21/el-amor-romantico-como-utopia-emocional-de-la-posmodernidad/>

- Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4796327.pdf>
- Instituto Poynter. (s.f.). ¿Qué es la Red Internacional de Verificación de Datos?. Recuperado de: <https://www.poynter.org/ifcn/>
- Instituto Poynter. (s.f.). Código de Principios. Recuperado de: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>
- IT Madrid. (2016). La verdadera historia de la Transformación Digital. <https://www.itmadrid.com/la-verdadera-historia-de-la-transformacion-digital/>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2012). Los elementos del periodismo. Madrid: *Aguilar*
- La Tercera. (2019). Los tres ejes de la transformación digital de La Tercera. Recuperado de: <https://especiales.latercera.com/mas-que-un-diario/la-transformacion-digital-de-la-tercera/>
- Ledo, M., Vialart, M., & Hernández, L. (2013). Redes Sociales. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086421412013000100017&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086421412013000100017&script=sci_arttext&lng=en)
- Linden, C., Dierickx, L. & Khan, S. (2022). State of Art in Fact-Checking Technology. *The Nordic Observatory for Digital Media and Information Disorder (NORDIS)*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/360515291\\_State\\_of\\_the\\_Art\\_in\\_Fact-Checking\\_Technology](https://www.researchgate.net/publication/360515291_State_of_the_Art_in_Fact-Checking_Technology)
- Lotero, G., Romero, L., Pérez, M. (2020). Análisis de investigaciones iberoamericanas en el campo de la comunicación y la opinión pública. *Correspondencias & análisis*, 11. Recuperado de: <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n11.03>
- Lotero, G., Romero, L., Pérez, M. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *Index.comunicación*, 8(2), 295-316.
- Lowrey, W. (2015). La aparición y el desarrollo de los sitios de verificación de hechos de noticias. *Journalism Studies*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>
- Lozada, R. (2020). Las Fake News en las Crisis de la Sociedad Digital. *Más Poder Loca*, 41, 48-50. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7407226.pdf>

- Lyotard, J. F. (1987). La condición posmoderna (Segunda edición). Ediciones Cátedra. <https://www.uv.mx/tipmal/files/2016/10/J-F-LYOTARD-LA-CONDICION-POSMODERNA.pdf>
- Marín, J. (2017). Posverdad: Cartografía de un fenómeno complejo. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7268731>
- Meier, K., & Torres, M. Á. (2010). El periodismo en cambio. Digitalización y convergencia de redacciones en Alemania. *Comunicación & ciudadanía*, 3, 44-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3407307>
- Molina, J., Zea, M., Contento, M., & García, F. (2018). Comparación de metodologías en aplicaciones web. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6415697>
- Montes, J. (2019). Unfaking news. Cómo combatir la desinformación. *Frontera Digital*. Recuperado de: <https://www.fronterad.com/unfaking-news-como-combatir-la-desinformacion/>
- Montemayor Rodríguez, N., & García Jiménez, A. (2021). Percepción de los periodistas sobre la desinformación y las rutinas profesionales en la era digital. *Revista general de información y documentación*, 31(2), 601–619. <https://doi.org/10.5209/rqid.79460>
- Nieves-Cuervo, G. M., Manrique-Hernández, E. F., Robledo-Colonia, A. F., & Grillo, A. E. K. (2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina [Infodemic: fake news and COVID-19 mortality trends in six Latin American countries/Infodemia: notícias falsas e tendências na mortalidade por COVID-19 em seis países da América Latina]. *Revista panamericana de salud publica = Pan American journal of public health*, 45. Recuperado de: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>
- Niño González, J. I., Barquero Cabrero, M., & García García, E. (2017). Opinión pública e infoxicación en las redes: los fundamentos de la post-verdad. *Vivat Academia*, 0(139), 83. <https://doi.org/10.15178/va.2017.139.83-94>
- Ojeda, M., & Grandío, M. (2017). Estrategias de comunicación en redes sociales: Usuario, aplicaciones y contenidos (1ra ed.).
- Oliva, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (61),1-30 Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49595025700>

- Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. (2020). Periodismo, Noticias Falsas y Desinformación. Manual para la educación y capacitación en Periodismo. UNESCO.
- Palau-Sampio, D. (2018). Fact-checking y vigilancia del poder: La verificación del discurso público en los nuevos medios de América Latina. *Communication & society*, 31(3), 347–363. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-363>
- Posetti, J., & Matthews, A. (s/f). Seis recomendaciones para combatir la desinformación relacionada con el coronavirus. *Red internacional de periodistas*. Recuperado de: <https://ijnet.org/es/story/seis-recomendaciones-para-combatir-la-desinformaci%C3%B3n-relacionada-con-el-coronavirus>
- Poynter Institute. (s.f). Internacional Fact Checking Network. Recuperado de: <https://www.poynter.org/ifcn/>
- Puroperiodismo. (2015). Los siete pasos de verificación de “El Polígrafo”. *Puroperiodismo*. <http://www.puroperiodismo.cl/los-siete-pasos-de-verificacion-de-el-poligrafo/>
- ¿Qué es el fact-checking? (2021). Verificat. Recuperado de <https://www.verificat.cat/escola/articulo/que-es-el-fact-checking-cast>
- Quintana Pujalte, L. y Pannunzio, M. F. (2021). Fact-checking en Latinoamérica. Tipología de contenidos virales desmentidos durante la pandemia del coronavirus. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 27-46. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e178>
- Real Academia Española (2017). Posverdad. Recuperado de: <https://dle.rae.es/posverdad>
- Real Academia Española (s.f). Bulo. Recuperado de: <https://dle.rae.es/bulo>
- Restrepo & Botello. (2018). Ética periodística en la era digital. *International Center for Journalists*. Recuperado de: [https://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_1606.pdf](https://www.amic.media/media/files/file_352_1606.pdf)
- Rodríguez, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7007175>
- Rodríguez-Martínez, R., Mauri, M., Ramon, X., Chaparro, M., Egaña, T., Fnals, L., Herrera, S., Morata, M., Moreno, V., Luengo, M., Palà, G., Pérez, M., Requejo, J., Rojas, J., Salgado, F., Suárez, P., Tulloch, C. & Zuberogoitia A. (2021). Desinformación y plataformas de fact-checking: estado de la cuestión. *Serie Editorial FACCTMedia* Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación. Recuperado de: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/48029>

- Rodríguez Hidalgo, C. (2019). América Latina: Iniciativas de fact-checking, alternativas frente a las fake news. *Revista Científica de Comunicación y Educación*. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/wp/revista-comunicar/america-latina-iniciativas-de-fact-checking-alternativas-frente-a-las-fake-news/>
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65–74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Rodríguez Pérez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243–258. <https://doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a14>
- Rissoan, R. (2016). Redes sociales: Comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación.
- Rubio, J. (2016). El Diccionario de Oxford dedica su palabra del año, posverdad, a Trump y al Brexit. *El País*. Recuperado de: [https://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638\\_931299.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638_931299.html)
- Salas Abad, C. (2019). La primera “fake news” de la historia. *Historia y comunicacion social*, 24(2), 411–431. <https://doi.org/10.5209/hics.66268>
- Salaverria, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729>
- Ufarte-Ruiz, M.-J., Peralta-García, L., & Murcia-Verdú, F.-J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *El profesional de la información*, 27(4). Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Universidad de Chile. (s.f). Teoría del Discurso. Facultad de Filosofía y Humanidades. Recuperado de: [https://www.u-cursos.cl/filosofia/2012/1/387210522/1/material\\_docente/bajar?id\\_material=609923](https://www.u-cursos.cl/filosofia/2012/1/387210522/1/material_docente/bajar?id_material=609923)
- Universidad de Concepción. (s.f). Digitalización. Recuperado de: <https://www2.udec.cl/~lsalazarv/digitalizacion.html>
- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, Á., & López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El Profesional de La Información*, 28(3). Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vázquez-Herrero, J. & Vizoso Á. (2019). Plataformas de Fact checking en español. Características, organización y método. *Communication & Society*, 32(1), 127-144.

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/330521500\\_Plataformas\\_de\\_factchecking\\_en\\_espanol\\_Caracteristicas\\_organizacion\\_y\\_metodo](https://www.researchgate.net/publication/330521500_Plataformas_de_factchecking_en_espanol_Caracteristicas_organizacion_y_metodo)

- Vásquez Rocca, A. (2011). La Posmodernidad. Nuevo régimen de verdad, violencia metafísica y fin de los metarrelatos. *Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 29(1), 285-300. [https://doi.org/10.5209/rev\\_noma.2011.v29.n1.26807](https://doi.org/10.5209/rev_noma.2011.v29.n1.26807)
- Vegas, R., Ríos, M., & Rodríguez, R. (2020). Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19. *Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, 21. Recuperado de: <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.07>
- Verificador, L. R. (2022). La importancia del fact-checking para combatir la desinformación. *LaRepública.pe*. Recuperado de: <https://larepublica.pe/verificador/2022/04/02/la-importancia-del-factchecking-para-combatir-la-desinformacion/>
- Vidal, M., Vialart, M., & Hernández, L. (2013). Social networks. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S086421412013000100017&lng=es&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S086421412013000100017&lng=es&tlng=en)