

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<http://dx.doi.org/10.5209/esmp.65246>

El *Fact Checking* en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos¹

Fernando López Pan²; Jorge Miguel Rodríguez Rodríguez³

Recibido: 30 de julio de 2019 / Aceptado: 16 de noviembre de 2019

Resumen. Las plataformas de verificación de datos se han convertido en un movimiento que, nacido en Estados Unidos, se ha extendido por todo el mundo. Su objetivo es luchar contra la desinformación, las percepciones erróneas y las falsas noticias en el nuevo ecosistema comunicativo en el que las redes sociales adquieren relevancia como fuente de información, y en el que es cada vez más fácil –y asequible a miles de millones de ciudadanos– producir, editar y distribuir (falsa) información. Casi toda la bibliografía y los casos de estudio se han centrado en Estados Unidos. Sobre la verificación de datos en castellano, solo se han investigado las plataformas de verificación en español que el *Duke reporter's Lab* incluía en 2018 en su base de datos, así como nueve iniciativas en español surgidas desde 2010 en media docena de países latinoamericanos. En este artículo, después de un marco teórico, abordamos la realidad del *fact checking* en España. Mediante un análisis cualitativo, identificamos y analizamos las webs de verificación y las actividades de chequeo de información en nuestro país. Ello se complementa con entrevistas a los periodistas que han llevado a cabo iniciativas de *fact checking* en nuestro entorno. La realidad del *fact checking* en España, como se demuestra, se haya todavía en una fase incipiente.

Palabras clave: *Fact Checking*; España; desinformación; verificación de datos; noticias falsas; maldita.es; Newtral

[en] The *Fact Checking* in Spain. Journalistic projects, practices and distinctive features

Abstract. Fact Checking platforms have become a movement that, born in the United States, has spread throughout the world. It is now a tool to fight against misinformation, misperceptions and fake news in the new communicative ecosystem in which social media acquire relevance as a source of information, and in which it is increasingly easy - and accessible to millions of citizens - produce, edit and distribute (false) information. Almost all literature and case studies have focused on the United States. About fact checking in Spanish, only have been investigated those included in the Duke reporter's Lab in 2018; and nine initiatives in Spanish that have emerged since 2010 in six Latin American countries. In this article, after a theoretical framework, through a qualitative analysis, we identify and analyze the verification websites and information check activities in our country. This is complemented by interviews with journalists who have carried out fact checking initiatives in our environment. The reality of the fact checking in Spain, as will be shown, is yet in its beginnings

Keywords: Fact Checking; Spain; Fake News; misinformation; misperceptions; maldita.es; Newtral

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco histórico y conceptual. 2.1. El *fact checking* en la tradición periodística estadounidense. 2.2. La investigación académica sobre el *fact checking* actual. 2.3. Principales rasgos de las prácticas y procedimientos de fact checking. 2.4. Diversidad de instituciones y prácticas de verificación. 3. Metodología. 4. Resultados. La verificación de datos en España. 4.1. *Malaprensa*, blog de verificación pionero. 4.2. Plataformas y secciones de medios. 4.3.1 Plataformas cívicas. 4.3.2. La verificación en medios periodísticos. 4.3.3. Plataformas periodísticas de verificación. 4.3.3.1 *Newtral* y su Zona de verificación. 4.3.3.2. *Maldita.es*: del voluntariado a la profesionalización. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: López Pan, Fernando y Rodríguez Rodríguez, Jorge (2020): “El *Fact Checking* en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(3), 1045-1065.

1. Introducción

La casi desaparición de las barreras de acceso al espacio público a través de internet, la rápida difusión de las redes sociales, cada vez más empleadas por

los ciudadanos para informarse (solo *Facebook* cuenta con 2.271 millones de usuarios al mes, según el *Digital 2019 Global Digital Overview*)⁴, y la desaparición de los *gatekeepers* han traído algunos efectos negativos, entre ellos, la proliferación de la desinfor-

¹ Este trabajo se enmarca en el proyecto de la Universidad de Navarra DIGINATIVEMEDIA, Digital Native Media in Spain: characterisation and trends / Cibermedios nativos digitales en España: caracterización y tendencias, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España (ref. RTI2018-093346-B-C31).

² Universidad de Navarra (España)
E-mail: lopezpan@unav.es

³ Universidad San Jorge (España)
E-mail: jmrodriguez@usj.es

⁴ Si a Facebook sumamos los millones de usuarios únicos al mes de YouTube (1.900), WhatsApp (1.500), Messenger (1.300), Instagram (1.000), Twitter (326) y Snatchap (287) se alcanzaría la impresionante cifra de 8.887 millones. Cfr. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-global-digital-overview-january-2019-v01>, consulta realizada el 24 de julio de 2019.

mación⁵ y de noticias falsas⁶ en un grado hasta ahora desconocido, con graves consecuencias para la vida política y social de las democracias, y para la toma de decisiones sobre políticas públicas, especialmente en temas como el cambio climático, vacunación y relaciones internacionales (Roozenberek y Van el Linden, 2019, p. 2; Marieta y Barker, 2019).

El fenómeno va más allá de la producción de contenidos tendenciosos o llamativos para conseguir *clics*⁷: se trata de manipular a la opinión pública, ayudar a que las ideas tóxicas ganen popularidad, e incluso “fabricar falsas percepciones sobre las bases sobre las que se apoya una idea” (Zilles, 2019). Ante la exponencial proliferación de mensajes falseados, las organizaciones periodísticas, clásicas mediadoras del espacio público, no disponen de las capacidades para limpiar un ecosistema digital contaminado. Un dato elocuente: los bulos en algunas redes sociales logran más audiencia que los mensajes verdaderos, tienen un 70% más de probabilidad de ser retuiteados que los verdaderos (Vosoughi, Roy y Aral, 2018).

Todo ello constituye un problema global para la sociedad, en un contexto de crisis institucional; y con medios que atraviesan problemas de modelo de negocio, que conlleva reducir plantillas. Y coincide con la pérdida generalizada de la credibilidad, como vienen constatando los informes del Instituto Reuters de la Universidad de Oxford sobre el estado de la prensa a nivel mundial, y cuya última edición de 2019 sitúa a España en el puesto número 19 (de un total de 38 países encuestados) en confianza en los medios (*Reuters Institute Digital News Report 2019*⁸).

Abordar esa creciente desinformación exige una aproximación múltiple: entre otras, sobre todo, desde la alfabetización mediática y digital de los ciudadanos (Kahne y Bowyer, 2017; Lotero-Echeverri; Romero-Rodríguez; Pérez-Rodríguez, 2018), pero también a través de la verificación automática con algoritmos y el proceso de comprobación que realizan las plataformas o secciones de verificación de datos (Roozenberek, 2019, p. 2), las cuales se han convertido en un movimiento global, como lo demuestra la sexta edición de la *Global Fact-Checking*, celebrada del 19 al 21 de junio de 2019 en Ciudad del Cabo; y el listado de sitios web del *Reporters Lab at Duke University*⁹.

Bill Adair, profesor de la Universidad de Duke, y fundador de la plataforma *PolitiFact*, ganadora del Pulitzer en 2009, sostiene en *El Mundo* (2019) que la

gigantesca red de mentiras y manipulaciones que se extienden en internet ha sido determinante para que el *fact cheking* se haya convertido en “la variante más importante del periodismo en la era digital”, hecho que explica que las plataformas de verificación de datos se hayan extendido en todo el orbe: en 2014 había 44 medios dedicados al *fact cheking* en Estados Unidos, Europa, Latinoamérica, África y Asia, y hoy existen 188 a nivel mundial.

A parte de la difusión propia de sus verificaciones en la web y en las redes sociales, ciertas instituciones que se dedican a comprobar información se han convertido, en algunos casos, en instrumentos a los que han recurrido compañías como Google y Facebook. *Google News* lanzó, en octubre de 2016, la etiqueta “*Fact Check*” para las noticias, la cual, según Google, “identifica los artículos que incluyen información verificada por los editores de noticias y las organizaciones de verificación de datos”.

Por su parte, Facebook creó en 2016 un programa externo de verificación de mensajes, imágenes y vídeos subidos a esa red social; que se clasifican en falsos, mixtos, título falso, verdadero, no verifiable, sátira, opinión, broma o sin calificación. En el proyecto, participan terceros en cada uno de los países. En España, llegaron a un acuerdo en marzo de 2019 con las tres organizaciones que poseen el certificado del *International Fact Checking Network* (IFCN): *Maldiria.es*, *Newtral* y *AFP España*. Los usuarios tienen la posibilidad de denunciar informaciones sospechosas, y también Facebook alerta a los verificadores; que, por supuesto, también actúan por propia iniciativa.

Pero el hecho es que las redes sociales –pese a todos los esfuerzos de las tecnológicas– siguen siendo una de las mayores fuentes de difusión de noticias falsas (Zilles, 2019). El ya citado *Reuters Institute Digital News Report 2019* ofrece el dato de que el 48% de la población en España se informa a través de Facebook, cifra que proyecta la dimensión del problema si no se toman las medidas oportunas para evitar la propagación de las mentiras.

La inquietud generada por la desinformación llevó a la Comisión Europea a constituir, en enero de 2018, un grupo de alto nivel sobre noticias falsas y desinformación en línea (HLEG por sus siglas en inglés). También la Unión Europea mantiene un Plan de Acción contra la desinformación, del que informa regularmente a los ciudadanos¹⁰.

⁵ Sobre la desinformación (*disinformation*) y su diferencias con la mala información (*misinformation*), cfr. Romero-Rodríguez (2013).

⁶ Pollicino & Bietti plantean no utilizar el término *fake news* por dos razones: porque el problema no se limita a las noticias y porque la expresión, en boca de los políticos, se ha convertido en una protesta contra la información que les perjudica. Estos autores prefieren el más genérico de desinformación (2019, 3). Quandt, Frischling et al. también plantean la conveniencia de evitarlo porque no lo consideran un concepto bien definido, y por el “uso frecuente del término como etiqueta para desacreditar a los nuevos medios de comunicación” (2019, p. 601).

⁷ Sobre el fenómeno del clickbait abundan las investigaciones en el ámbito anglosajón, pero en el contexto de este trabajo, nos parece relevante destacar los trabajos publicados en castellano: Palau-Sampio, (2016); García Orosa, Berta; Gallur Santorum, Santiago; y López García, Xosé (2017) García-Serrano, J., Romero-Rodríguez, L.M., y Hernando Gómez, A. (2019); Bazaco, A., Redondo, M y Sánchez-García, P. (2019).

⁸ Ver <http://www.digitalnewsreport.org>, consulta realizada el 29 de junio de 2019.

⁹ Ver <https://reporterslab.org/fact-checking/>, consulta realizada el 24 de julio de 2019.

¹⁰ Ver https://ec.europa.eu/commission/sites/betapolitical/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf, consulta realizada el 3 de julio de 2019. La UE también dispone de la página About Fake News para alertar sobre el problema y poder tomar las medidas oportunas. Ver: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation-report-progress>.

Algunos estudios sostienen que en España hay un creciente interés entre los periodistas, alumnos y profesores de periodismo por la práctica del *fact checking*, lo cual ha devenido en la puesta en marcha de másteres especializados (Gallardo, 2019), así como en la creación de plataformas de verificación (de los propios medios, de entidades cívicas e independientes). Con el fin de contrastar ese supuesto interés y relevancia, este trabajo se ha propuesto responder las siguientes preguntas: ¿Cuántos sitios web de verificación de datos hay en España y cuál es su nivel de actividad? ¿De qué tipo son? ¿Están presentes en los medios de referencia? ¿Cuál es su relevancia en ellos? Antes, expondremos su marco contextual y teórico.

2. Marco teórico y contexto

2.1. El *fact checking* en la tradición periodística estadounidense

El rigor, la precisión, el respeto a los hechos forman parte de la esencia del periodismo. En este sentido, cualquier actividad de verificación es un rasgo de buena práctica que ha de impregnar el trabajo en los medios: se presupone que los buenos profesionales verifican la información; y que las organizaciones siguen un proceso de garantía editorial antes de publicarla. Los primeros verificadores o verificadores clásicos desempeñaban su labor en los medios con el objetivo de detectar errores antes de imprimir los artículos. Las grandes revistas de Estados Unidos contaron con prestigiosos departamentos de verificación que, durante décadas, alcanzaron una justa fama, sobre todo los de *Time* y *The New Yorker*, entre otras. Su tarea consistía en repasar las notas y las transcripciones de los periodistas, cuidar que los diferentes puntos de vista estuvieran representados con exactitud, contrastar con las fuentes los datos –no las citas– (Currie Sivek y Bloyd-Peshkin, 2018; Fole, 2012; Guerrini, 2013)¹¹.

Sin embargo, el actual movimiento de plataformas de verificación presenta un enfoque diferente. No se concreta en departamentos asignados a una redacción que corrigen los errores antes de publicar un artículo. Las webs de verificadores –vinculadas a medios de referencia o independientes, como se verá más adelante– se marcan como objetivo “recopilar afirmaciones sobre hechos, encontrar pruebas que confirmen o cuestionen esas afirmaciones e informar de las conclusiones de su evaluación”. Y, también, desacreditar “noticias falsas difundidas en las redes sociales” (Mena, 2018, p. 3), que circulan con rapidez y en cascadas informativas. En Estados Unidos, la verificación periodística se aplica esencialmente en el ámbito de la política: es el

caso *PolitiFact*, *The Washington Post Fact Checker* y *FactCheck*. También *Snopes* se centra en la política, aunque no se olvida de las cuestiones sociales. Así, como explican Graves, Nyhan y Reifler (2016) “los verificadores evalúan directamente la exactitud de las afirmaciones sustantivas hechas por los políticos” (p. 102).

Amazeen (2017) considera la verificación como un movimiento social típico de *critical junctures*: “Períodos de rápidos cambios marcados por crisis y oportunidades” (p. 5). Con la diferencia de que los movimientos de reforma parten de la base social; y, en el caso de la verificación, la iniciativa ha surgido de los periodistas y los medios. Amazeen (2017) también pone en relación la libertad de prensa y el acceso a internet como variables dependientes, pero concluye que, más que el producto de una cultura democrática, la verificación “podría ser un síntoma del declive de las instituciones periodísticas de referencia” (p. 5); y sugiere entenderla más como una “herramienta para la construcción democrática” que el producto de una cultura democrática (p. 11).

En este sentido, las webs de verificación funcionan como un instrumento o una herramienta para recuperar la credibilidad en el periodismo y contribuir, especialmente en Estados Unidos, a la revitalización de la democracia y del discurso público. En un análisis global de los temas que más noticias falsas generan en Twitter, destaca la política como el más frecuente (40% del total), seguidos muy de cerca por la información sobre celebridades, junto a otras categorías. Por orden descendente de presencia se encuentran los siguientes: negocios, terrorismo y guerra, ciencia y tecnología, entretenimiento y, por último, desastres naturales (Vosoughi, Roy y Aral, 2018).

La primera organización asimilable a las plataformas de verificación actuales fue la estadounidense *Snopes.com*, nacida en 1994. Al principio, se centraba en desmitificar leyendas urbanas, así como a desvelar engaños, bulos y folklore. Pero actualmente responde a los patrones de una verificación de datos convencional. A *Snopes.com*, le siguió *FactCheck*, fundada en diciembre de 2003, y patrocinada por la *Annenberg Public Policy Center* (Universidad de Pennsylvania). Cuatro años después, en 2007, *St. Petersburg Times* (*Tampa Bay Times* a partir de 2012) lanzó *PolitiFact*, y *The Washington Post*, *The Fact Checker*. Los tres últimos se han convertido –con sus adaptaciones– en modelos replicados tanto en Norteamérica como en otras latitudes. Ello permite concluir que, al menos desde una perspectiva periodística, el movimiento de verificación surgió en Estados Unidos, donde, por otro lado, se concentra el mayor número de verificadores a nivel mundial.

Aunque hay quienes consideran que la comprobación de la verdad de las declaraciones de los políticos y personajes públicos rompe con la objetividad pe-

¹¹ A pesar del reciente caso Claas Relotius, a quien *Der Spiegel* había publicado 14 reportajes que posteriormente se descubrieron como inventados, también es conocido el exigente trabajo de los verificadores de esta revista alemana (Schäfer, 2011): su departamento de investigación y verificación de datos cuenta con más de 60 empleados que revisan y verifican las palabras y las cifras antes de publicar un artículo.

riodística¹², los verificadores entienden sus prácticas como una responsabilidad profesional, como un compromiso con los valores y principios nucleares del periodismo (Dobbs, 2012; Graves, Nyhan y Reifler, 2016, p. 121) y de la democracia. Es decir, perciben su tarea y su misión como un procedimiento correcto, dentro de los márgenes del buen periodismo, siempre vinculado a la autonomía y vigilancia del poder político y económico (Graves, 2016, p. 623). A juicio de los verificadores, su actividad expresa el buen periodismo de siempre: calidad, equilibrio, rigor, precisión, frente al periodismo de declaraciones, que no toma partido en las disputas sobre hechos (Dobbs, 2012). Entre la comunidad periodística no hay duda sobre este punto (Kovach y Rosenstiel, 2001 y 2014).

2.2. La investigación académica sobre el *fact checking* actual

En la academia, el principal crítico ha sido Uscinski (Uscinski y Butler, 2013 y Uscinski, 2015). A su juicio, los verificadores carecen de un criterio claro de selección de las afirmaciones o los hechos, pues, según ese autor, responden al propio sesgo del periodista o verificador. También critica que elijan algunas afirmaciones o hechos no verificables, por ejemplo, los que atañen al futuro o a la causalidad de los acontecimientos, siempre difíciles de desentrañar. Por otro lado, considera excesiva la discrecionalidad en el proceso de verificación: señala que, al asignar la verdad de las afirmaciones, se puede perder el contexto y oscurecer las afirmaciones. Apunta entre las debilidades, a la inconsistencia en los criterios de verificación: por ejemplo, al dar como falsos meros asuntos de redondeos o licencias retóricas. Y en cuanto a la difusión, les reprocha la simplificación de los sistemas para difundir el veredicto sobre las afirmaciones¹³ (Uscinski y Butler, 2013 y Uscinski, 2015).

A falta de estándares para medir el grado de verdad de las verificaciones, se ha recurrido precisamente a la consistencia entre los distintos organismos, con resultados no concluyentes. Amazeen (2014) comprobó que *PolitiFact*, *FactCheck*, y *The Fact Checker* coincidieron en gran parte en sus evaluaciones sobre la veracidad de los anuncios políticos en las elecciones presidenciales de 2008. Sin embargo, Marieta (2015), que analizó las verificaciones realizadas por esas tres plataformas sobre cambio climático, racis-

mo y deuda nacional, llegó a la conclusión de que los “verificadores no coincidieron en las cuestiones que se planteaban ni en las respuestas ofrecidas” (p. 592).

En cuanto a la eficacia, hay resultados contrapuestos o, al menos, dispares, que pueden deberse parcialmente a “diferencias en los métodos, medidas y detalles experimentales” (Nieminen y Rapeli, 2018, pp. 10-11). La impresión de su posible ineeficacia ya la apuntaban, en 2010, Nyhan & Reifler, quienes dos años después afirmaban que

las correcciones incorporadas en artículos de noticias falsas, con frecuencia, no son efectivas para reducir las percepciones erróneas entre el grupo ideológico con mayor probabilidad de mantener la percepción errónea (por ejemplo, los liberales o los conservadores). En algunos casos, las correcciones, en realidad, empeoraron las percepciones erróneas entre el grupo objetivo, un fenómeno que llamamos un efecto contraproducente [*backfire effect*]¹⁴. (2012, p. 10)

Shin y Thorson (2017) sugieren que “los partidistas comparten selectivamente los mensajes de verificación de hechos que apoyan a su propio candidato, y denigran al candidato del partido opuesto, lo que deviene en un flujo ideológicamente estrecho de verificaciones de hechos para sus seguidores” (p. 233). Por su parte, Nyhan, Porter, Reiflers y Wood (2019), a partir de la exposición de ciudadanos a las verificaciones de dos intervenciones de Trump en la campaña electoral de 2016 (discurso en la Convención Republicana y un debate electoral), obtienen unos resultados que “sugieren que las verificaciones periodísticas pueden reducir las percepciones erróneas, pero, con frecuencia, tienen efectos mínimos en las evaluaciones de los candidatos o en la elección del voto” (p. 1). Marieta y Barker¹⁵ (2019), después de una revisión de la bibliografía empírica y tras aplicar su propia metodología y encuestas, concluyen con preocupación que el “*fact-checking* no mejora las divisiones en la percepción de los hechos de la forma intuitiva que podríamos esperar” (p. 18).

Sin embargo, algunos trabajos parecen confirmar que los verificadores contribuyen a reducir la probabilidad de que los políticos hagan afirmaciones inexactas (cfr. Amazeen, 2017, p. 4). Es el caso de Wintersieck (2017), quien sostiene que

la presencia y el contenido de una verificación que confirma o corrige un mensaje durante los debates

¹² De todos modos, esa preocupación por la objetividad entendida como equilibrio y distanciamiento se advierte en las prácticas de algunas organizaciones como es el caso de Demagog (Chequia, Eslovenia y Polonia), que “comprueba los debates políticos mediante la verificación de cada declaración fáctica”. Así, pretende evitar “el problema del sesgo en la selección” y ofrecer la posibilidad de “comparaciones más justas entre los partidos” (Graves, 2016, p. 621). O aquellos otros verificadores que practican “una forma de ‘falsa equivalencia’ que presenta a ambas partes como igualmente engañosas, para evitar así acusaciones sobre sesgos” (Kinsmon, 2014 en Graves, 2016).

¹³ Sirvan de muestra las categorías de los cuatro clásicos verificadores estadounidenses: a) *PolitiFact*: True; Mostly True; Half True; Mostly False; False; Pants on fire; One Pinocchio; Two Pinocchio; Three Pinocchio; b) *The Washington Post Fact Checker*: Four pinocchio; The Geppetto checkmark; An upside-down Pinocchio; Verdict pending; c) *FactCheck*: True; No evidence; False; y *Snopes*: Mostly true; Mixture; Mostly false; False; Unproven; Outdated; Miscaptioned; Correct attribution; Misattributed; Scam; Legend.

¹⁴ La corrección aumenta la percepción errónea.

¹⁵ Aúnan las percepciones erróneas y lo que definen como realidades borrosas (aquellas en las que no se dispone de hechos claros e indiscutibles) en una categoría que las abarca: *Dueling Fact Perceptions* (DFPs), que, al originarse en el núcleo de valores de cada ciudadano anula en buena parte la eficacia de los medios correctivos que se han promovido: la formación en política, la educación y la verificación de datos

políticos tiene el poder de influir en la valoración del comportamiento del candidato en el debate, en las evaluaciones acerca del ganador del debate y en la probabilidad de que voten por un candidato. (p. 322).

Por su parte, Wood y Porter (2019) llegan a la conclusión de que sí hay efectividad entre los partidistas en cuanto a la información objetiva, aunque ello desafie sus convicciones. Bode y Vraga (2015) llevaron a cabo un experimento para comprobar la eficacia de la presencia de verificaciones en el –entonces recién creado– *link* de Facebook “Historias relacionadas” (p. 620). El análisis de cuatro temas sugiere que se logra un cambio de actitud en dos de ellos: Organismos Modificados Genéticamente (GMO) y enfermedad; pero no en los otros dos: autismo y la vacunación (pp. 632-633). Los resultados de Hamellers y Van der Meer (2019) “demuestran que los verificadores pueden tener éxito, ya que (1) reducen el acuerdo con la desinformación política congruente de actitudes y (2) pueden superar la polarización política (p.1).

También Margolin, Hannak, y Weber (2018) hallaron que las “personas que siguen y son seguidas por las personas que las corrigen tienen una probabilidad significativamente mayor de aceptar la corrección que las personas que se enfrentan a extraños” (p. 196)

Otros autores apuntan a los riesgos que comporta no controlar bien la información contextual (textos e imágenes) ofrecida en las verificaciones porque ello “puede socavar los efectos correctivos de un mensaje”. Ocurre cuando la información precisa trae a la mente teorías ingenuas que son coherentes con la percepción errónea (Garret, Nisbet, y Lynch., 2013, p. 631).

En lo relativo a la eficacia para difundir la verificación, el grado parece variar entre los distintos formatos de presentación: textos, pictogramas, escalas de valoración. En el caso de las afirmaciones o reclamos publicitarios, añadir algún tipo de escala al texto hace más eficaz la verificación. En el campo de la política, el texto y las escalas de verdad parecen ser igual de eficaces; y, por último, si se da al receptor la oportunidad de elegir entre los dos sistemas, algo más de la mitad de los encuestados prefieren las escalas de verdad (Amazeen, Thorson, Muddiman y Graves, 2015).

Por su parte, Chan, Jamieson y Albarracín (2017), tras un metanálisis de las investigaciones publicadas sobre la eficacia psicológica de los mensajes contra la desinformación, alcanzan las siguientes conclusiones: cuando la desinformación se desarrolla con cierto detalle, el mensaje que la desacredita pierde fuerza, y hace más difícil eliminar las falsas creencias. Si se contrarargumenta la desinformación, el mensaje que la desacredita resulta más eficaz; y, por último, es más influyente explicar detalles de la información correcta que indicar, sin más, que se trata de una desinformación (p. 1544).

2.3. Principales rasgos de las prácticas y procedimientos de *fact checking*

Aunque dentro de la profesión el *fact checking* ha sido calurosamente recibido, no han faltado opiniones críticas desde el ámbito político. En Estados Unidos, hay quien les ha tachado de partidistas, con una orientación progresista y antirrepublicana que –a juicio de los críticos– les lleva a tomar posiciones y dañar candidatos y tendencias (Funke, 2017). También Dobbs (2012) menciona las suspicacias de los políticos al inicio del *The Fact Checker*.

Quizá en respuesta a esas críticas, las webs de verificación han ido perfilando sus procedimientos. Con su internacionalización y proliferación, han surgido organizaciones, también radicadas en Estados Unidos, que comprueban o certifican que los organismos cumplen unos requisitos profesionales. La principal organización de *fact checkers* es, sin duda, la *International Factchecking Network* (IFCN), fundada en 2016. Antes aceptar un firmante evalúa sus compromisos con el equilibrio y la no politización (“no defenderemos a nadie, ni tomaremos posiciones políticas sobre los hechos que comprobemos”); con la transparencia de las fuentes (“queremos que nuestros lectores sean capaces de verificar nuestros propios hallazgos”); con la transparencia de financiación organización y vínculos; con la transparencia de la metodología (explicaremos la metodología que utilizamos para seleccionar, investigar, escribir, editar, publicar y corregir nuestras verificaciones de hechos); y, finalmente, con la honestidad y la rectificación.

A lo largo de los años, se han realizado esfuerzos por desarrollar servicios que faciliten las tareas de los verificadores (Graves, 2018; Veglis, 2018) y que permitan automatizarlas en parte (Hassan, Li y Tremayne, 2015; Zhou, y Zafarani, 2018, pp. 9-11; Carneiro, Nacenta, Miguel, Toniolo, Méndez, y X Quigley, 2019). Hassan, Adair et al. (2015) sintetizaban los obstáculos pendientes de resolver desde el punto de vista computacional: identificar afirmaciones para verificar, obtener datos para verificar las afirmaciones, verificar las afirmaciones, monitorizar y anticipar afirmaciones (2015, p. 2).

En 2018, en la *Conference and Labs of the Evaluation Forum Information Access Evaluation meets Multilinguality, Multimodality, and Visualizatio* (CLEF), se lanzó el *Check That' Lab*, en el que los participantes presentaron avances tecnológicos capaces de detectar afirmaciones que merecen ser chequeadas. En septiembre de 2019, en el contexto de la siguiente edición del congreso CLEF, se celebrará la segunda fase del laboratorio¹⁶. Hansen, Alstrup, Grue, y Lioma (2019) exponen la existencia de herramientas que permiten identificar automáticamente afirmaciones verificables, e incluso establecer un ranking de frases merecedoras de ser verificadas.

¹⁶ Cfr. <http://alt.qcri.org/clef2019-checkthat/index.php?id=overview>, consulta realizada el 17 de mayo de 2019.

Zhou y Zafarani (2018) distinguen entre dos tipos de *fact checking*:

- a. El manual, que engloba los *expert-based manual fact-checking* (verificación manual basada en la experiencia), *relies in domain-experts* (verificación realizada por especialistas en materias específicas, y que, a menudo, está a cargo de un pequeño grupo de verificadores de hechos altamente creíbles); los *expert-based fact-checking websites* (sitios web de verificación de hechos basada en expertos, en la que se incluyen los más conocidos sitios web periodísticos); *crowd-source fact-checking* (verificación de hechos por parte del público).

co); *crowd-source fact-checking websites* (sitios web de verificación de datos de fuentes multitudinarias), todavía en desarrollo (pp. 7-8)¹⁷.

- b. El automático, que se apoya en la *Information Retrieval, IR* (recuperación de información) y el *Natural Language Processing, NLP* (procesamiento del lenguaje natural), junto con la network/graph theory (teoría de redes y gráficos) (p. 9).

En cuanto a la difusión de las verificaciones en internet, en 2016 el *Duke reporter's Lab* creó el *Share de Facts*, que ofrece un resumen de las comprobaciones de los hechos y permite a los lectores hacer clic en el artículo original (Graves, 2019).

Figura 1. Ejemplo de Share de Facts.



Fuente: Duke Reporters Lab

2.4. Diversidad de instituciones y prácticas de verificación

Tal como se ha podido comprobar, la verificación actual aparece vinculada al periodismo y a su relación con la vida política, hasta el punto de que hay quien ve a los *muckrakers* de los inicios del siglo XX como un precedente (Amazeen, 2017, p. 2), y no duda en calificar el movimiento como un nuevo tipo de periodismo político. Sin embargo, ni en el pasado fueron solo empresas y esfuerzos periodísticos ni lo son en la actualidad. Hay diversidad de instituciones: desde empresas informativas a universidades, pasando por ONG y otros. Graves (2016, p. 619) los agrupa en tres ejes:

- El eje periodístico: Aquellas organizaciones con corazón periodístico: bien porque forman parte de medios matrices, o, bien, porque han sido fundados por periodistas. Entre ellas se encuentran las clásicas; *PolitiFact* (2007) y *The Fact Checker* (2007).
 - El eje académico: en este hay dos tipos
 - Redacciones que mantienen lazos institucionales con universidades (por ejemplo, FactCheck.org y African.Check).
- Las que combinan formalmente experiencia académica y periodística. Un ejemplo sería *The Conversation*¹⁸, cuyo lema es “rigor académico, oficio periodístico” (*Academic rigour, journalistic flair*)¹⁹.

¹⁷ Un ejemplo de ello es Fiskkit (<https://fiskkit.com/404>), plataforma donde los usuarios pueden publicar artículos, proporcionar clasificaciones de frases dentro de esos artículos y elegir las etiquetas que mejor lo describan.

¹⁸ Dada la excepcionalidad, merece la pena señalar su proceso de verificación: (1) Editores y lectores identifican las afirmaciones que merecen verificación; (2) buscan un académico experto en el tema que haga el chequeo; (3) dan la posibilidad de replicar a la persona o institución cuyas afirmaciones están examinando; (4) envían la verificación a un segundo académico que hace una revisión ciega (desconoce el autor); (5) los editores siguen todo el proceso haciendo de abogados del diablo: realizan un doble chequeo, empujan a los autores a justificar sus razonamientos, mejoran las fuentes y mantienen el texto libre de opiniones y jergón; (6) otro editor hace una verificación final; y, por último, (7) publican la verificación identificando al autor y al revisor

¹⁹ Ver: <https://theconversation.com/how-we-do-factchecks-at-the-conversation-73134>, consulta realizada el 26 de julio de 2019.

- Eje cívico político. Instituciones en las que late cierto activismo. Las plataformas buscan impulsar iniciativas gubernamentales beneficiosas. “Entienden la verificación como un recurso cívico para promover la transparencia, la eficacia del gobierno, el diálogo democrático y el compromiso cívico” (Graves, 2016, p. 623)

A esos ejes, habría que añadir el de la especialización: plataformas sobre salud y medicina como HealthNewsReview (activa entre 2006 y 2018), HealthFeedback, que nace en noviembre de 2018, y monitoriza, entre otros, a publicaciones periodísticas (por ejemplo, Time o Huffington Post) o Metifacts, lanzada en abril de 2018 (Fulken y Benkelman, 2019). La proliferación de datos erróneos y noticias falsas relacionadas con la salud en las redes sociales ha sido abordada en varios trabajos recientes, donde, a partir de experimentos, se plantean estrategias eficaces de verificación (Roel, 2019). Otros casos de webs de fact checking especializadas son *Climate feed-back*, *Science Vs. Détecteur de rumeurs*. Y ya en otro ámbito, el de las celebridades, entre las que destaca *Gossip*.

Junto a la diversidad de tipos, orígenes y fines, también hay diferencias en las prácticas (Graves, 2016, p. 625). Los procedimientos de verificación se pueden agrupar en cinco categorías generales, que permiten trazar, sin ánimo de exhaustividad, determinados rasgos distintivos:

- a. En Estados Unidos intentan contactar con el autor de una afirmación como parte de su compromiso con la imparcialidad, el equilibrio, la equidad, la minuciosidad; mientras que las webs de otros países consideran esta práctica una pérdida de tiempo, que podría provocar interferencias políticas y llevar hacia la subjetividad.
- b. Hay disparidad en cuanto a la extensión y el tamaño de las verificaciones.
- c. En cuanto a los temas y contenidos, las tres plataformas clásicas estadounidenses verifican declaraciones y afirmaciones del ámbito de la política americana. *FullFact* amplía su foco (economía, salud, educación, crimen, inmigración, derecho) y evalúa artículos. *TruthOrFiction* verifica emails de política, religión, naturaleza, aviación, alimentos, medicina, entre otros. The *Guardian's RealityCheck* también amplía su foco de atención a otras áreas fuera de la política (López García, Rodríguez y Álvarez, 2016)
- d. También se aprecian diferentes tipos de verificaciones y el uso o no de escalas (figuras, escala de colores, etc.), tan conocidas en *FactCheck.org*,

PolitiFact y *The Washington Post Fact Check*. Aunque *PolitiFact* acepta que “las mediciones invitan a una mayor atención –tanto positiva como negativa–, a expensas de una posible excesiva simplificación” (Graves, 2016, p. 626), la plataforma busca verificaciones más digeribles y congruentes con la misión esencial del periodismo (*journalism core misión*). Criterio que no comparte *FullFact* (aun siendo “atractivas de un vistazo, a veces pueden ser reductoras y no proporcionar al lector la información que necesita para comprender la verificación en su totalidad”, *FullFact*, 2019). Otras diferencias de *FullFact*: enlaza los artículos con evidencias, pero raramente cita expertos, algo habitual en otras plataformas; valora más lograr cambios que publicar historias: ocasionalmente, negocian en privado con las instituciones o personas invitándoles a que corrijan el error y así evitar que ellos lo publiquen.

- e. En general, las webs no verifican medios, aunque sí lo hace The *Guardian's RealityCheck*, especialmente, con los conservadores.

Vázquez Herrero, Vizoso y López García (2019), tras explorar 135 iniciativas de verificación y analizar con detalle seis –*BBC reality check*, *Chequeado*, *Fact-checker* (*The Washington Post*), *Les décodeurs* (*Le Monde*), *Pagella política* y *Snopes*–, identifican diferencias en organización, contenido y fórmulas de verificación.

3. Metodología

El objetivo que nos marcamos es saber hasta qué punto la verificación de datos en España crece en número e importancia. Para ello, realizamos un trabajo de campo con el que identificamos y analizamos las webs de verificación y las actividades de chequeo de información en nuestro país. Esta descripción se complementa con entrevistas a los periodistas que han llevado a cabo iniciativas de *fact checking* en nuestro entorno. En concreto, a Jesús Escudero (La Chistera de *El Confidencial*), Jesús Espinosa (*Miniver*), Patricia Rodríguez (Blog Hechos en *El País*), Josu Mezo (*malaprensa*), y Clara Jiménez (*maldita.es*).

Para la identificación de webs, tomamos como punto de partida el listado de plataformas de verificación en España elaborado por Ufarte-Ruiz y Ruiz-Murcia (2018, pp. 514-515). Comprobaremos si se han creado otras webs, analizaremos la actividad de todas, y también la presencia de la verificación de modo ocasional ligado, sobre todo, a las elecciones de abril y mayo de 2019.

Tabla 1. Plataformas de verificación

Año	Nombre	Tipo de proyecto
2006	<i>Miniver, Ministerio de la Verdad Alfredo Expósito</i>	Independiente
2013	<i>Maldita Hemeroteca Clara Jiménez y Julio Montes</i>	Independiente
2015	<i>Maldito Bulo Clara Jiménez y Julio Montes</i>	Independiente
2015	<i>La Chistera El Confidencial</i>	Depende del medio
2016	<i>Verdad o Mentira Periodista digital</i>	Depende del medio
2017	<i>El Objetivo La Sexta</i>	Depende del medio
2017	<i>El Cazabulos eldiario.es</i>	Depende del medio
2017	<i>Hechos El País</i>	Depende del medio
2017	<i>El Tragabulos Verne, El País</i>	Depende del medio

Fuente: Ufarte-Ruiz y Murcia-Verdú, 2018

Todo ello nos permite obtener un balance sobre el estado del *fact checking* en España, más allá de su triunfo como etiqueta publicitaria a nivel mediático. En buena cuenta, este trabajo se articula como una verificación de una práctica que, según las evidencias que hemos compilado y, pese a las buenas intenciones, todavía es incipiente en nuestro país.

4. Resultados. La verificación de datos en España²⁰

Como se advierte, casi toda la bibliografía y los casos de estudio se han centrado en Estados Unidos; y menos en Europa (Graves y Cherubini, 2016). Sobre la verificación de datos en castellano, se han investigado las plataformas de verificación en español que el *Duke reporter's Lab* incluía en 2018 en su base de datos (Vizoso y Vázquez Herrero, 2018), así como nueve iniciativas en español surgidas desde 2010 en media docena de países latinoamericanos (Pala-Sampio, 2018).

Ufarte-Ruiz, Peralta-García y Murcia-Verdú (2018), a través de encuestas a alumnos y entrevistas a profesores de Periodismo, concluyen que en Espa-

ña los académicos consideran importante formar a los periodistas en tareas de verificación, que el interés por esa práctica aumenta entre los profesionales y que los alumnos de los grados de Periodismo la consideran una salida profesional (p. 738) para la que todavía falta una preparación adecuada, no solo en España.

4.1. *Malaprensa*, blog de verificación pionero

“Cuando no hay nada para Nadia”, un reportaje publicado por *El Mundo* el 26 de noviembre de 2016 relataba la historia de una niña con una grave enfermedad (tricotiodistrofia). Ese texto produjo una creciente reacción de solidaridad por parte de la sociedad española que le proporcionó cientos de miles de euros a su familia. Pero en el artículo había algunas informaciones poco verosímiles, algo que apreció Josu Mezo antes que nadie, en su blog *malaprensa*. Se reproducen a continuación en dos tablas frases del reportaje y los comentarios de Mezo en los que se advierte la mirada crítica y analítica con la que se acercó al texto:

Tabla 2. Algunos fragmentos de la entrada del blog *malaprensa* junto a los comentarios críticos de Josu Mezo.

Texto del reportaje	Comentarios del blog <i>malaprensa</i>
“Aviones a Brasil, Panamá, Cuba, Argentina, Guatemala, Estados Unidos, Rusia, Suecia, Finlandia, Francia, Bélgica, Italia, La India...”	Esta lista es también sorprendente. ¿Puede haber tantos médicos en tantos países, ricos y pobres, proponiendo y haciendo cosas diferentes y todas ellas prometedoras? ¿Y visitó a todos esos médicos antes o después de conocer al Dr. Brown y a los otros científicos de Houston? ¿Quién le aconseja que haga todos esos viajes? ¿Qué piensa el doctor del Campo, del Clínic de Barcelona, de esas peregrinaciones?

²⁰ Un caso peculiar es el del trabajo de Mazaira-Castro, Rúas-Araújo y Puentes-Rivera (2019), que realiza una verificación de datos de los debates electorales televisados de las elecciones generales de 2015 y 2016. Pero es una verificación muy posterior a las fechas del debate. Es una verificación más profunda y detallada que, como veremos, las que realizan los medios en directo, como veremos.

<p>Se refiere a un científico afgano recomendado por Brown. «Me fui a Afganistán a buscar a ese hombre. Exteriores no me daba permiso y entonces utilicé mi pasaporte irlandés [tiene doble nacionalidad]. Iba con Nadia en brazos otra vez, bajo las bombas y los disparos. Acabamos en un campo de refugiados lleno de mujeres. Al quinto día una señora se apiadó y nos puso en la pista. Era la madre del científico. Después de horas por caminos acabamos en una cueva. Con aquel hombre delante. Le expliqué».</p>	<p>Esto es francamente inverosímil desde todos los puntos de vista. Resulta que hay un científico de primera división mundial, recomendado por Brown, pero es difícilísimo de localizar. No debe tener email y hace sus investigaciones complejísimas con alta tecnología desde una ubicación no revelada en una cueva de Afganistán. A mí esto me suena a Yoda en la Guerra de las Galaxias o a película de super-héroes. O a científico malo de James Bond. Pero los genios científicos que se ocultan en cuevas ilocalizables, aparte de que suele ser para hacer el mal, no publican sus investigaciones ni son conocidos por los científicos "normales".</p>
---	---

Fuente: Elaboración propia

El blog también verificaba datos:

Tabla 3. Algunos fragmentos de la entrada del blog malaprensa junto con las verificaciones de Josu Mezo.

Texto del reportaje	Comentarios del blog
Se señala que hay 36 casos en el mundo	Otra cifra precisa. Muy exacta. Más exacta que la que da la Biblioteca Nacional de Medicina de Estados Unidos, que habla de una estimación de un caso por millón de nacidos, en Estados Unidos y Europa. Y que los casos sobre los que hay información son "unos 100".
Sobre Nadia, es la "una única paciente en grado letal en todo el planeta".	Según parece, ha habido otros pacientes que han muerto en la infancia o la juventud. "Severely affected individuals may survive only into infancy or early childhood" (Fuente: Biblioteca Nacional de Medicina de Estados Unidos)
Les recibió Al Gore cuando ocupaba la Vicepresidencia de EEUU.	La Vicepresidencia de EEUU fue ocupada por Al Gore hasta el 20 de enero de 2001. Si la niña tiene 11 años, nació cuatro o cinco años después

Fuente: Elaboración propia

Esa entrada dio más visibilidad a un blog que había nacido en 2004 –sigue en activo– con el objetivo de auditar a algunos periódicos "en el rigor y la exactitud en los datos y en los conceptos" (Mezo, 2004). Y ese es el contenido de muchos de sus textos. En este sentido, Mezo se desempeña como un verificador de datos, con dos diferencias:

1. No verifica afirmaciones públicas de políticos, candidatos o personas relevantes; tampoco atiende a las noticias o datos falsos o rumores que circulan por las redes sociales. El blog monitoriza los principales periódicos de España: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *El Periódico*. Solo ocasionalmente incluye en sus verificaciones a medios locales, porque disponen de menos recursos (Mezo, 2019).
2. No existen criterios de selección establecidos.

De modo intuitivo, *malaprensa* viene aplicando algunas de las prácticas exigidas a los verificadores, una especialmente significativa: la transparencia en los métodos y en las fuentes. El blog no recibe ningún tipo de financiación. Ha rechazado una oferta de colaboración con *El País* y se ha negado a insertar publicidad. Dos decisiones que adoptó Mezo para mantener, en lo posible, la neutralidad y la objetividad. Aunque haya otros rasgos del código de

buenas prácticas del IFCN que no cumple (su selección de verificaciones no responde a un criterio definido), cabría considerar el blog de Mezo como un pionero atípico de las plataformas verificación de hechos o datos españolas. Parecía de justicia empezar esta sección del artículo con una referencia a *malaprensa*.

4.2. Plataformas y secciones de medios

Ya entrando en los organismos verificadores en España, los agrupamos en tres categorías, según la tipología descrita por Graves (2016): a) promovidos por la sociedad civil, b) vinculados a medios de comunicación y c) webs periodísticas autónomas.

4.2.1. Plataformas cívicas

En la historia de la verificación en España, se suele mencionar *Miniver.org*, como primera plataforma. En realidad, esa web, que existía como revista, fue convertida en una plataforma de verificación por Juan García y Ángel Espósito, en mayo de 2017. Como en el caso de *malaprensa*, les movía "denunciar las malas prácticas periodísticas, más que verificar el discurso político. Su modelo era *FactCheck.org*. El nombre irónico de *Miniver* aunaba el Ministerio de la Verdad de la obra de Orwell, 1984, y el org de la

verificadora estadounidense *FactCheck*. Google incluyó los resultados de las verificaciones de *Miniver*

al lado de las noticias verificadas; así se convirtió en la primera en España.

Figura 2. Ejemplo de verificación de *Miniver* indexada en Google.



Fuente: Google

La web, un proyecto personal, publicó su última verificación el 1 de abril de 2019. La anterior es la única de 2018, y las precedentes aparecieron todas en 2017. Jesús García, uno de sus fundadores, anunció que la próxima entrada sería para el cierre del blog (2019). Se confirman así sus carencias como modelo de negocio ya señaladas por Ufarte y Murcia (2018).

La *Fundación Andalucía Acoge*, financiada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social y cofinanciada por el Fondo de Asilo, Migración e Integración, promueve la sección *Stop Rumores*. En realidad, no verifica datos o afirmaciones concretas, sino rumores: voces que corren entre el público, con información vaga y confusa. Como es obvio, los rumores no se atribuyen a nadie en concreto, sino a la voz popular: “Hay quien dice”, “no es raro escuchar...”.

Los rumores aparecen en cuatro categorías: Sanidad y servicios sociales, Comercio e impuestos, Convivencia y espacios públicos y Mercado laboral. Cada etiqueta del menú sirve de enlace a las verificaciones relacionadas con esa área, que aparecen sin fecha. Los textos publican las fuentes a través del enlace *saber más*. Combinan en una misma pieza textos breves con dibujos, gráficos, pictogramas y animaciones. Los títulos recogen el rumor que se trata de desmontar y sirven de enlace a las distintas piezas. A su vez, en esas verificaciones se recoge el rumor –a veces, con una formulación más amplia– y se contrasta

con lo que llaman “realidad”, que no simplemente desacredita el rumor, sino que aporta un contexto más amplio. Como no se fechan los textos y no se actualizan, en la práctica se convierte en una especie de repositorio de rumores falsos.

La plataforma *Salud sin bulos*²¹, que publica su primera verificación el 7 de noviembre de 2017, pertenece al ámbito de las plataformas especializadas. Creada por la agencia de comunicación COM SALUD, en colaboración con la Asociación de Investigadores en eSalud (AIES), quiere combatir **los bulos de salud en internet y las redes sociales, y contribuir a una información veraz y fiable en la red**. Las verificaciones se articulan en dos secciones: Alertas y Detrás del titular. No explican sus criterios de verificación ni su metodología²².

De modo muy esporádico, y con ocasión de fechas significativas, algunos organismos promueven campañas antirrumores. Sus procedimientos no siguen los principios de buenas prácticas profesionales del IFCN, pero contribuyen a desacreditar las desinformaciones que circulan en las conversaciones y en las redes sociales. Hemos identificado dos casos:

- *0,0 Rumores*²³, campaña financiada con cargo a la asignación tributaria del 7%, fue lanzada por la ONG andaluza Centro de iniciativas para la cooperación. El objetivo: “Evitar y reducir la

²¹ Ver <https://saludsinbulos.com/>, consulta realizada el 13 de mayo de 2019.

²² Bajo la tutela de Heurística y en colaboración con UBICS y Tecnolítica.net, una asociación de investigadores lanzó *Data politik*, que algunos han incluido entre las plataformas de verificación españolas; pero que, en realidad, publica informes extensos sobre determinados temas, los últimos dedicados a las elecciones generales de 2019 y cómo usaron las redes sociales los partidos políticos. También se ha mencionado a *Poletika.org* como plataforma que incluye entre sus actividades la verificación; pero una consulta a la web muestra que no realizan tareas de comprobación de datos, sino análisis y seguimiento de los compromisos de los partidos políticos, especialmente en épocas electorales.

²³ Ver <http://cicbata.org/cerorumores>, consulta realizada el 1 de julio de 2019.

existencia de los rumores, falsos bulos y las desinformaciones existentes sobre las personas migrantes". Sus piezas son vídeos cortos, en general de conversaciones ficticias en las que una persona se refiere con espontaneidad a alguna información falsa, que es desmentida por la otra persona. Se presentan en contextos de amistad, y los argumentos son más retóricos que científicos.

- La Comisión de Ayuda al Refugiado en Euskadi (CEAR-Euskadi) lanzó el 22 de marzo de 2013 la campaña *No te dejes enredar*, en el marco del **Día Internacional contra el Racismo y la Xenofobia**. Consistía, entre otras actividades, en un cortometraje de 2,26 minutos de animación²⁴, que buscaba desmontar rumores a través de la emotividad y no desde los datos. La campaña "con el mismo objetivo y también con un vídeo de animación²⁵" tuvo una segunda edición en marzo de 2017.

4.2.2. La verificación en medios periodísticos

Aunque se alaba la verificación (lo hacen los mismos medios), la realidad es que, en España, apenas tiene presencia en las cabeceras de referencia y tampoco en los medios regionales o locales. Ni *ABC* ni *La Razón* ni *El Mundo* cuentan con secciones propias de *fact checking*. Tampoco las emisoras de radio, ni –salvo en el caso de la Sexta TV– las televisiones.

En febrero de 2019, la agencia de noticias *EFE* anunció, entre sus proyectos de transformación, la iniciativa de crear un potente equipo de verificación interdisciplinar. En abril de 2019, la agencia creó *EFEVerifica*, una unidad cuya responsable, Desirée García, afirma que se ha propuesto convertirse en "en el medio verificador más importante del mundo hispano", aplicando el *fact checking* a discursos de políticos, bulos enviados por Whatsapp, así como falsedades y mitos difundidos a través de las redes sociales. Desde finales de julio de este año, han verificado más de 70 temas de todo tipo, la mayoría sobre temática política y circunscrita al ámbito español²⁶.

Por su parte, *La Sexta TV* creó, en 2013, su propia iniciativa de *Fact Check*: una sección que, bajo la etiqueta "pruebas de verificación", publicaba piezas, generalmente vídeos del programa *El Objetivo*, que dirige la periodista Ana Pastor, en las que se sometía a la comprobación de datos a las afirmaciones de los políticos, sobre todo los del Partido Popular (PP), que gobernaba España en el período de más chequeo realizado por el programa televisivo (2013 – 2018).

El espacio de la informadora se ha convertido en uno de los referentes del *fact checking* político, como lo demuestra el hecho de que, desde la primera verificación realizada el 2 de junio de 2013, hasta la última que se publicó en la web de la cadena, el 13 de enero de 2019, se registra un total de 643 piezas de verificación. Como se ha comentado, el mayor número de verificaciones corresponde a la etapa del Gobierno del PP, donde se pueden visualizar 633 piezas con la etiqueta "pruebas de verificación"²⁷.

No obstante, la web de *La Sexta TV* ha continuado publicando verificaciones con la etiqueta *Fact Check*, en una nueva etapa en la que la encargada de llevarlas a cabo es *Newtral*, una startup de *Fact Checking* audiovisual (también produce *El Objetivo*) fundada en 2018 por la periodista Ana Pastor, única accionista, y de la que se tratará más adelante.

En cuanto a la prensa, el compromiso de *El País* con la verificación de datos, en el sentido en el que usa en este artículo, mantiene dos acciones permanentes:

1. La sección en Verne: *Bulos internet*²⁸, y
2. El blog de verificación *Hechos*²⁹.

La primera entrada del blog *Hechos* se publicó el 26 de enero de 2017, con el título de "Cristiano Ronaldo nunca estuvo allí". Un mes y medio después, se presentó a los lectores y se les pidió colaboración. Los últimos son reportajes largos en los que se acude a expertos, a veces, con entradas de carácter más histórico vinculadas a algún acontecimiento de actualidad. "En un primer momento –explica Patricia Rodríguez, coordinadora del blog–, intentamos dar cabida a todos los bulos que circulaban, o al menos a los más virales. Ahora es un espacio de reflexión sobre la mentira, con casos paradigmáticos u otros, que a veces pasan inadvertidos, pero que, en cambio, también entrañan una falsedad".

En la última campaña electoral, *El País* ha verificado los dos debates (RTVE el 22 de abril y Antena 3, el 23 de abril) en los que participaron los candidatos de los cuatro partidos que concurrían a las elecciones: clasificaba como falso/ media verdad/ verdad/ opinativo los datos que se aportaban, que agrupó por temas (pactos, impuestos, pensiones, etc.). Cada verificación, aparte de un texto explicativo, incluía gráficos y cuadros de fuentes oficiales. La verificación de los debates se mantiene en las páginas especiales de la campaña como una pestña al mismo nivel que las otras.

El Blog La Chistera, de *El Confidencial*, empieza a fraguarse a finales de 2015, con las elecciones ge-

²⁴ Ver https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=uFDFNB0cVM, consulta realizada el 13 de mayo de 2019.

²⁵ Ver https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=8iQqM5R-Mw, consulta realizada el 13 de mayo de 2019.

²⁶ Ver <https://www.efe.com/efe/espaa/efeverifica/50001435>, consulta realizada el 24 de noviembre 2019.

²⁷ El tope lo marca la última publicación de esa etapa, el 2 de junio de 2018, un día después de la moción de censura al Gobierno del presidente Mariano Rajoy, efectuada un día antes, el 1 de junio. Cfr. <https://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/prueba-verificacion/>, consulta realizada el 27 de julio de 2019.

²⁸ Ver https://verne.elpais.com/tag/bulos_internet/, consulta realizada el 27 de julio de 2019.

²⁹ Ver <https://elpais.com/agr/hechos>, consulta realizada el 27 de julio de 2019.

nerales del 20 de diciembre; pero no nace como tal hasta el 1 de marzo de 2016. Inicialmente, se proponía publicar verificaciones con una regularidad semanal; pero, de hecho, las verificaciones coinciden con los momentos más álgidos de la actualidad política, sobre todo los debates, de investidura o electorales.

El último de sus textos, del 22 de julio de 2019, verifica “Las mentiras y verdades en el discurso de investidura de Pedro Sánchez en el Congreso”³⁰, en el que somete a la comprobación de datos a los discursos del presidente en funciones de España, y de los líderes políticos de los diferentes partidos políticos. Las anteriores piezas se centran en los dos debates televisivos entre los principales candidatos en las elecciones legislativas españolas de abril de 2019. Como es un blog, por principio, se incluye en la sección de opinión del diario. Aparte de la explicación textual, utiliza pictogramas y la clasificación de verdadero, impreciso, falso e insostenible. Son transparentes en cuanto a las fuentes, en general, públicas.

El Cazabulos³¹, sección de eldiario.es, también presenta poca actividad: la última se publicó el 18 de enero de 2019, y la anterior, en noviembre de 2018. Como en otros casos mencionados, el acceso a la sección desde el propio medio es casi como si no existiera, y un lector tiene más probabilidades de encontrarlo a través del buscador de Google.

Ctxt anunció la creación de una sección de verificación: El mentidero³². En realidad, se reduce a una cuenta de Twitter creada en 2017 (la última publicación es del 20 de enero de 2019), en la que abundan los comentarios y explicaciones políticas. En coincidencia con los otros casos, la relevancia que se le da en el conjunto del medio es casi nula; y son muy pocas las comprobaciones. Sí verificó los debates de las elecciones presidenciales españolas junto a Maldita.es.

La Vanguardia comunicó a sus lectores en enero de 2019 la creación del equipo Europa FactChecking, un proyecto financiado por la Unión Europea, que concluyó con la celebración de las elecciones europeas. Su última entrada, del 3 de junio de 2019, es un reportaje explicativo con un formato de preguntas y respuestas sobre la nueva legislatura europea (cuándo empieza, cuánto dura, cómo se elige al futuro presidente, etc.). Las dos entradas anteriores son verificaciones de dos debates entre los candidatos: uno en RTVE y otro en el programa de la cadena Ser Hoy por hoy. Las dos primeras piezas –reportajes explicativos– se publicaron el 9 de mayo.

Las verificaciones reales de La Vanguardia fueron 14. El mismo periódico anunció un equipo de fact checking para verificar los datos y las afirmaciones de los candidatos a las elecciones generales en España. En un artículo del 28 de abril³³, víspera de las elecciones, publica un reportaje en el que recoge 14 verificaciones que se habían ido difundiendo en el periódico a lo largo de la campaña electoral bajo la etiqueta de Fact Checking. Como en los otros casos, no se puede acceder desde la portada a ninguna de las secciones de verificación. Google actúa de puerta de acceso a sus verificaciones.

La Razón, que agrupó las afirmaciones por candidatos, publicó su “control de datos sobre las verdades y mentiras del debate”: textos muy breves, sin enlaces a fuentes. También la SER siguió el debate. En sus piezas, incluye enlaces a noticias de la propia cadena de radio, que muchas veces no guardan relación estricta con el dato que verifican.

El Faradio verificó el debate que mantuvieron los candidatos en las elecciones de Cantabria en 2019, en El Diario Montañés. El fact checking se centró en las propuestas económicas de los partidos políticos³⁴. El medio web dispone de dos etiquetas: “Fact Checking” y “Verificación”. En ambos casos, se registra una muy baja actividad: parecen centrarse solo en las elecciones, con una última entrada el 2 de mayo de 2019, en el primer caso; y el 7 de junio, en el segundo. En consecuencia, no se puede considerar una plataforma de fact checking, sino una iniciativa puntual.

Ara puso en marcha un “fact-checking–Judici al Procés” como una herramienta de militancia a favor de los encausados en ese proceso judicial a los dirigentes independentistas, a quienes favorecen todas las verificaciones³⁵. La última entrada se publicó el 3 de abril de 2019. Actualmente, no tiene actividad.

No mencionamos la sección Verdad o mentira de Periodista digital, incluida en el estudio de Ufarte-Ruiz y Murcia-Verdú (2018), porque no se dedicaba a la verificación: era una sección para que participaran los lectores. El medio elegía una frase de algún personaje público, con frecuencia periodista, y abría la posibilidad de que los lectores votaran si era verdad o mentira. La sección duró muy poco: se mantuvo activa desde el 22 de noviembre de 2016 hasta el 21 de mayo de 2017

4.2.3. Plataformas periodísticas de verificación

Verificat³⁶ es la primera plataforma de verificación de datos en Cataluña. Nace en el 2019, y publica sus

³⁰ Ver https://blogs.elconfidencial.com/espana/la-chistera/2019-07-22/verdades-mentiras-discurso-investidura-pedro-sanchez_2137535/, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

³¹ Ver https://www.eldiario.es/autores/el_cazabulos/, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

³² Ver <https://ctxt.es/es/20190116/Politica/23998/@CervantesFAQs-El-mentidero-politica-izquierda-PP-Ciudadanos.htm>, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

³³ Ver <https://www.lavanguardia.com/elecciones/20190428/461893875654/fact-check-elecciones-mentiras-balance-campana.html>, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

³⁴ Ver <https://www.elfaradio.com/2019/05/16/el-fact-checking-economico-del-debate-de-candidatos-en-cantabria/>, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

³⁵ Ver https://www.ara.cat/etiquetes/fact-checking_-judici_al_proces.html, consulta realizada el 25 de julio de 2019.

³⁶ Ver <https://www.verificat.cat>, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

primeros textos el 5 de abril de ese año. Se originó con la vista puesta en la campaña para la alcaldía de Barcelona. De hecho, en su menú de entrada, hay una sección específica dedicada a las elecciones. También presta atención a las redes sociales (en el menú principal se destaca con una pestaña propia) y a los textos, memes, vídeos y fotografías falsos en el ámbito de Cataluña. Recurren a fuentes externas, pero en ningún caso aceptan el anonimato. Sus verificaciones son reportajes con fotografías, imágenes y cuadros estadísticos.

Se presenta como un proyecto periodístico independiente y sin ánimo de lucro. Aunque no informa de su financiación, sí cumple otros requisitos del IFCN, en especial, el de la metodología. El resultado de la verificación se clasifica en cuatro categorías: verdadero, engañoso, falso y comprobable.

La versión en español de *Factual*³⁷, el blog de verificación de datos de la agencia de noticias *AFP* nació en junio de 2018 en Colombia y México. La agencia creó los equipos de España y Argentina en marzo de 2019. Su actividad en España es muy baja, y todavía es muy pronto para someterla a un mayor análisis. No obstante, ha registrado una mayor actividad de verificación de bulos en internet a partir de julio de 2019. Su análisis implica hechos y temas de diversos países de Latinoamérica.

Los dos siguientes casos, *Newtral* y *maldita.es* son, sin duda, las dos plataformas de mayor envergadura en España, no solo por la dimensión de su trabajo, que abarca diversas áreas (no sólo la política), sino porque sus fundadoras comparten fuertes convicciones sobre el *fact checking* en la configuración democrática y cívica de España. Por ello, les dedicaremos epígrafes independientes, aunque su magnitud y trayectoria justificaría sendos análisis de casos, trabajo que dejamos para un estudio posterior.

4.2.3.1. *Newtral* y su zona de verificación

La periodista Ana Pastor, a quien ya hemos mencionado al tratar de *La Sexta TV*, fundó *Newtral* en enero de 2018 como una productora audiovisual de la que posee el 100% del accionariado. Uno de sus productos es la web *Newtral*, que dispone de una sección de comprobación de datos: *Zona de verificación* (el 3 de octubre de 2018 aparece el primer análisis). Hay otras secciones, entre ellas, un buscador de dinero público llamado *Transparentia*. En mayo de 2019, nació *Newtral educación* como una herramienta de alfabetización mediática, con el objetivo de dar formación en universidades y centros educativos.

Zona de verificación examina las afirmaciones de relevancia periodística hechas por los políticos y las administraciones públicas en periódicos, entrevistas de radio y televisión, así como en las redes sociales

y cualquier otra plataforma pública. Cada pieza de verificación pasa **tres filtros**. La calificación se presenta con una imagen del personaje, la frase que se revisa a modo de titular; una calificación: verdadero (la afirmación es rigurosa y no falta contexto ni datos adicionales significativos), verdad a medias (la afirmación es correcta, aunque necesita aclaración, información adicional o contexto), engañoso (la afirmación contiene datos correctos, pero ignora elementos muy importantes o se mezcla con datos incorrectos dando una impresión diferente, imprecisa o falsa) o falso (la afirmación es falsa). Finalmente, incluye un texto que se cierra con los enlaces a las fuentes de donde se han extraído las constataciones. Carece de periodicidad reconocible. Las últimas verificaciones abarcan el período de elecciones generales en España, y tratan sobre la veracidad de las afirmaciones hechas por los candidatos y candidatas durante los distintos debates previos a las elecciones del 10N, así como sobre la verdad o falsedad de declaraciones de políticos, con posterioridad a los comicios.

La pestaña *Zona de verificación* de *Newtral* también incluye otras categorías, como *What the Fake*, que se encarga de detectar, investigar y verificar los bulos que circulan por internet y las redes sociales. Las temáticas son tan variadas que van desde mitos sobre salud e inmigración, hasta desinformaciones sobre colectivos sociales o todo tipo de noticias con datos falsos publicadas por los medios.

Por otra parte, ofrece un servicio de *newsletter*, en el que, previa inscripción de los usuarios en la plataforma, se les envía un correo una vez a la semana (los sábados por la mañana) con las verificaciones más importantes que se han realizado los siete días anteriores. La *newsletter* no solo incluye el *fact checking* de mentiras y *fake news*, sino que enlaza piezas publicadas por la plataforma y que aportan contexto a hechos cotidianos o históricos, sin el cual –a juicio de los editores– la realidad queda incompleta o sesgada. Un ejemplo es la entrada sobre el aporte de las mujeres afroamericanas en la conquista del espacio por parte de EE.UU., y que durante años ha sido desconocido³⁸. También enlaza amplios reportajes con un enfoque de alfabetización mediática, cuyo objetivo es educar, orientar, ilustrar y dar pautas sobre información de actualidad, tendencias, consumo, salud, etc. Por último, compila un vídeo resumen de dos minutos con las principales verificaciones efectuadas por el equipo de *Newtral*.

A raíz de la convocatoria a elecciones generales del 10N, *Newtral* incluyó también una sección especial denominada “Comparador de programas electorales 10N”, cuyo objetivo es desplegar un análisis comparativo de las principales propuestas de los partidos en temas como Ciencia y tecnología, Cultura, Ecología y energía, Economía, Educación, Justicia, Política Exterior, Política Social, Política Territorio-

³⁷ Ver <https://factual.afp.com/>, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

³⁸ Ver <https://www.newtral.es/reportajes/mujeres-afroamericanas-luna/>, consulta realizada el 24 de noviembre de 2019.

rial, Regeneración, Sanidad, así como Seguridad y Defensa.

La plataforma forma parte del IFCN y cumple con los criterios de transparencia y metodología que exige este organismo internacional. En cuanto a su financiación, *Newtral Media Audiovisual* no tiene otro accionista, como se adelantado, que la periodista Ana Pastor, quien es propietaria del 100% de la empresa, que justifica sus gastos con los servicios audiovisuales que presta a grupos de comunicación, redes sociales y diversas plataformas.

4.2.3.2. *Maldita.es*: del voluntariado a la profesionalización

Los periodistas Clara Jiménez y Julio Montes crean en 2018 la plataforma *Maldita.es*. Su punto de partida, según afirma Jiménez, fue la cuenta de Twitter *Maldita Hemeroteca*, creada en 2014. Con el tiempo formó parte del programa *El Objetivo* de la Sexta-TV, y, eventualmente de *Onda Cero*. Se dedicaba a auscultar el discurso de los políticos, para señalar las contradicciones entre lo que dicen en la actualidad y lo que dijeron en el pasado.

Sin embargo, el punto de inflexión para que *Maldita Hemeroteca* pasara de una cuenta de Twitter a una plataforma de más largo alcance fueron los acontecimientos derivados de diciembre de 2017 y el 1 de octubre en Cataluña.

Julio y yo nos dimos cuenta de que el nivel de desinformación había llegado a tal punto que ya no valía con que nos dedicáramos al *fact checking* en nuestro tiempo libre, como voluntarios, sino que debíamos profesionalizar el proyecto, lo cual suponía contratar a otras personas y pedir excedencias en nuestros trabajos". Jiménez (2019).

Desde entonces, *maldita.es* empezó a crear nuevas secciones. El listado que sigue muestra la amplitud temática, en la que destacan la política, la salud, la inmigración y el feminismo:

- *Maldito dato*. También prima el seguimiento de las afirmaciones de políticos. En la sección, se han verificado los debates políticos. Combina verificaciones, con reportajes sobre otros asuntos, de un cariz explicativo e incluso informativo.
- La *Buloteca* (21 de febrero de 2018) se crea como un espacio colaborativo para que los ciudadanos ayuden a la redacción a verificar bulos.
- El 26 de julio de 2018 aparece *Maldita Ciencia*, centrada en "salud, alimentación, física, química, astronomía, clima y un sinfín más de temas desde una perspectiva científica e informada". Colabora con la web *Yo doctor* iniciada en enero de 2018, y que usa el cómic para divulgar la ciencia y separarla de la pseudociencia.

- *Maldita Inmigración* publica su primera verificación el 15 de enero de 2019. En la sección se proponen desmontar las falsedades que sobre la inmigración y los refugiados se difunden en medios y redes sociales. Recibe el apoyo de Oxfam Internacional.
- Dos meses más tarde (el 7 de marzo de 2019) abren la nueva sección *Maldito feminismo* contra la desinformación sobre el feminismo y la igualdad de hombres y mujeres.
- El 16 de abril de 2019 lanzan la aplicación *Maldita App*, creada para advertir al usuario cuando entra en una web de desinformación o satírica; y cuando la información ya ha sido comprobada por *maldita.es*. También posibilita buscar informaciones ya desmentidas por el equipo; y permite subir imágenes para comprobar si han sido verificadas la plataforma.
- El 23 de agosto de 2019 se inicia *Maldita te explica*, con un carácter pedagógico y que busca dar claves que orienten a la audiencia sobre temas de actualidad mediática y que tratan sobre, por ejemplo, para qué es y para qué sirve un decreto ley, cómo funciona la cocina del CIS, cómo funciona el sistema D'Hont o por qué puede ser un riesgo jugar con niños no vacunados.

La web ha colaborado en diversas iniciativas de cobertura política. El 11 de abril de 2019, en vísperas de las elecciones generales en España, *Maldita.es*, con el apoyo de *First Draft*, puso en marcha el proyecto colectivo de verificación *Comprobado*, al que se sumaron 16 cabeceras³⁹. Solo se publicaron las verificaciones respaldadas por, al menos, tres de los miembros del proyecto: *EFE*, *AFP*, *Ara*, *Datadista*, *Diario de Navarra*, *El Confidencial*, *eldiario.es*, *El Faradio*, *Europa Press*, *La Marea*, *Newtral*, *Polibot*, *Público*, *RTVE*, *Servimedia* y *maldita.es*.

También cooperó, junto a otros 18 verificadores de 13 países, en el proyecto *FactCheckEU*: una cobertura especial para las elecciones europeas del 26 de mayo de 2019 que se inició en marzo de 2019. Las verificaciones se publicaron en una web específica⁴⁰, activa desde el 10 de marzo hasta el día siguiente de las elecciones, 27 de mayo de 2019. En marzo de 2019, llegó a un acuerdo para convertirse en uno de los verificadores externos de *Facebook*.

A partir del 16 de octubre de 2019, la web creó la sección *Malditas Elecciones*, que incluía una *newsletter*, un consultorio y un micropodcast diario para alertar a los ciudadanos sobre bulos y falsedades políticas, con el fin de que los electores decidieran su voto conociendo la verdad de los hechos.

En cuanto a la metodología de *maldita.es*, respeta el código de buenas prácticas del IFCN, y va un paso más allá. Su trabajo empieza con una revisión de las noticias falsas, las imprecisiones, los bulos, etc. Si

³⁹ Ver <https://firstradnews.org/codigo-de-principios-de-comprobado/>, consulta realizada el 15 de mayo de 2019.

⁴⁰ Ver <https://factcheckeu.info/es/>, consulta realizada el 17 de junio de 2019.

cuenta con el enlace, inician una primera búsqueda para evaluar su viralización. Después, los redactores se distribuyen las piezas que hay que verificar, y se inicia el proceso de búsqueda de datos, que concluye con un segundo chequeo por parte de los miembros del equipo. Finalmente, solo se publica la verificación que, a su vez, haya sido verificada por el equipo y recibido el respaldo de la mayoría de sus miembros.

Involucran a la comunidad de seguidores como fuente de datos falsos, o desinformaciones que adquieren cierta difusión. Clara Jiménez afirma que reciben una media de 250 denuncias diarias sobre *fake news*, y el medio más utilizado es WhatsApp. Y su último paso es contar con los conocimientos de su audiencia para corregir datos y desacreditar bulos y desinformaciones. En especial, en la sección *Maldita Ciencia*.

Consciente de que la verificación apela a todos –a los periodistas, pero también de los ciudadanos–, ha impulsado un proyecto de alfabetización mediática a través de *Maldita Educa* (9 de mayo de 2019), que ofrece cursos adaptados a instituciones educativas,

a periodistas y medios de comunicación, a departamentos de la función pública y administración, a empresas y a agencias de comunicación.

En cuanto a su financiación, nació como una asociación sin ánimo de lucro, pero el 21 de noviembre de 2018 lanzó el proyecto #Fundamaldita: una campaña de micromecenazgo, con el objetivo de convertirse en una fundación, sin ánimo de lucro y de interés público. Con esa nueva estructura, alargarán los recursos económicos con aportaciones/donaciones de ciudadanos particulares, colaboraciones con otros medios (*El Objetivo de la Sexta*; una sección diaria en *Julia en la Onda*; y su presencia en los programas *Las mañanas* y *Gente despierta* de *RNE*, y con la sección de televisión en el programa *WifiLeaks* de “#0 de Movistar+”). También obtienen ingresos de los servicios prestados a Facebook y de los cursos y talleres de verificación que imparten.

En líneas generales, y en base a nuestro estudio, podemos graficar las distintas iniciativas de *fact checking* en España en las siguientes tablas:

Tabla 4. Iniciativas cívicas de *Fact Checking* en España.

NOMBRE/ Fecha	FUNDADOR	FINANCIACIÓN	PERDURABILIDAD	FOCO
Malaprensa/2004	Josu Mezu, sociólogo	Ninguna	Vigente (15 años).	Malas prácticas de los medios
Miniver/2007	Ángel Espósito y Juan García, periodistas.	Ninguna	Inactiva desde el 1 de abril de 2019	<i>Fakes news</i> en general
Stop Rumores/sin fecha	Federación Andalucía Acoge	Ministerio de Empleo y Seguridad Social/ Fondo de Asilo, Migración e Integración.	Vigente	Inmigración
Salud sin bulos/2017	Agencia de comunicación COM SALUD/ Colabora: Asociación de Investigadores en eSalud (AIES)	No precisa	Vigente	Bulos en el ámbito de la salud
0,0 Rumores / 2018	ONG Centro de iniciativas para la cooperación (Andalucía)	Pública, con cargo a la asignación tributaria del 7%.	Vigente	Inmigración
No te dejes engañar/2013	Comisión de Ayuda al Refugiado en Euskadi (CEAR-Euskadi)	Donaciones	Puntual: 2013 y 2017	Racismo y xenofobia

Tabla 5. Iniciativas de *Fact Checking* vinculadas a medios en España.

NOMBRE/ Fecha	FUNDADOR	FINANCIACIÓN	PERDURABILIDAD	FOCO
Malaprensa/2004	Josu Mezu, sociólogo	Ninguna	Vigente (15 años).	Malas prácticas de los medios
Miniver/2007	Ángel Espósito y Juan García, periodistas.	Ninguna	Inactiva desde el 1 de abril de 2019	<i>Fakes news</i> en general
Stop Rumores/sin fecha	Federación Andalucía Acoge	Ministerio de Empleo y Seguridad Social/ Fondo de Asilo, Migración e Integración.	Vigente	Inmigración

Salud sin bulos/2017	Agencia de comunicación COM SALUD/ Colabora: Asociación de Investigadores en eSalud (AIES)	No precisa	Vigente	Bulos en el ámbito de la salud
0,0 Rumores / 2018	ONG Centro de iniciativas para la cooperación (Andalucía)	Pública, con cargo a la asignación tributaria del 7%.	Vigente	Inmigración
No te dejes enredar/2013	Comisión de Ayuda al Refugiado en Euskadi (CEAR-Euskadi)	Donaciones	Puntual: 2013 y 2017	Racismo y xenofobia

Tabla 6. Iniciativas independientes de *Fact Checking* en España.

NOMBRE/ Fecha	FUNDADOR	FINANCIACIÓN	PERDURABILIDAD	FOCO
Verificat / 2019	Periodistas independientes	No ofrece datos	Vigente	Información política de Cataluña
Newtral/ 2018	Ana Pastor, periodista	Privada, 100% de acciones de su fundadora. Presta servicios a medios, plataformas y redes sociales como Facebook	Vigente	Información política/ Salud/Educación y <i>Fake News</i> en general
Maldita.es/ 2018	Clara Jiménez y Julio Montes, periodistas	Crowdfunding / Servicios a Facebook/ Proyectos con OXFAM/ Servicios a medios de comunicación/ Becas EJC, IFCN y Data Transparency/ Cursos y talleres	Vigente	Información política/ Salud/Educación y <i>Fake News</i> en general

5. Conclusiones

En los medios convencionales y los diarios online españoles, se recurre a la verificación de datos sobre todo durante la campaña electoral de abril de 2019, con especial atención a los debates. Antes y después de las elecciones, solo *El País* mantiene dos secciones fijas activas con cierta regularidad y con similitudes con los verificadores de datos (*Bulos en internet y Hechos*). Los demás medios realizan verificaciones con poca frecuencia.

La Razón (que simplemente indicaba si el dato era cierto o no, sin explicación añadida) y la cadena SER (que incluía enlaces que remitían a informaciones de la propia cadena, que no siempre permiten contrastar el dato) han limitado sus verificaciones a los dos debates.

Además de su escasa presencia en los medios, también hay que destacar la falta de relevancia que se le concede a la verificación, lo que dificulta el acceso a esas secciones (PI 3b).

Como práctica periodística en general, la verificación de datos en España carece, por tanto, de iniciativas claras, decididas y de actividad continuada en los medios informativos de referencia y en los nuevos medios. Sólo en el contexto de las elecciones, se hace

presente ese procedimiento profesional. La falta de continuidad en los medios contrasta no sólo con Estados Unidos, sino también con Francia, donde los principales periódicos disponen de su sección de chequeo: *Checknews* (*Liberation*), *Decodex* (*Le Monde*) y *Fact Cheking* (*Le Figaro*).

Dos de las plataformas de verificación se pueden incluir en el grupo de activistas o reformadores sociales, y tanto esas como las campañas *Campaña 0,0 Rumores* y *No te dejes enredar* sirven de herramientas informativas contra la xenofobia y el racismo en la sociedad, en momentos puntuales. Aunque no se les puede negar su naturaleza de verificadores, no actúan según el código de buenas prácticas del IFCN, pues se dedican a los rumores y no prestan atención a las afirmaciones de los políticos, tampoco en las campañas electorales.

Solo existen tres auténticas webs de verificación periodística en España, las tres de reciente creación: *Maldita.es*, *Newtral* (Zona de verificación) y *Verificat*. Por otro lado, como única plataforma temática destaca *Salud sin bulos*.

El periodismo de verificación de datos, o *fact checking*, en España todavía está en una fase incipiente. Ha de confirmarse con la continuidad de las actuales plataformas, el posible nacimiento de otras y la pre-

sencia regular, más allá de los períodos electorales, en los medios de comunicación. En el caso contrario, la

verificación de datos correría el riesgo de convertirse en una moda pasajera en el periodismo español

6. Referencias bibliográficas

- Abellán, Lucía. (14 de febrero de 2012). Bruselas presentará en primavera propuestas frente a la manipulación en las redes. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2018/02/14/actualidad/1518614075_402232.html
- Adair, Bill. (12 de mayo de 2016). New Share the Facts widget helps facts – rather than falsehoods – go viral. *Duke Reporters Lab*. Recuperado de: <https://reporterslab.org/new-share-facts-widget-helps-facts-rather-falsehoods-go-viral/>
- Adair, Bill. (2019). “El fact checking es lo más importante del periodismo en la era digital”. *elmundo.es*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/television/2019/07/25/5d38750afc6c833d428b4625.html>
- Amazeen, Michelle A. (2015). “Revisiting the Epistemology of Fact-Checking”. *Critical Review*, 27 (1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>
- Amazeen, Michelle A. (2017). “Journalistic interventions. The structural factors affecting the global emergence of fact-checking”. *Journalism*, 21 (1), 95-111. <https://doi.org/10.1177%2F1464884917730217>
- Amazeen, Michelle A. (2018). “Practitioner perceptions: Critical junctures and the global emergence and challenges of fact-checking”. *The International Communication Gazette*, 81 (6-8), 541-561. <https://doi.org/10.1177%2F1748048518817674>
- Amazeen, Michelle A., Thorson, Emily, Muddiman, Ashley y Graves Lucas. (2015). A Comparison of Correction Formats: The Effectiveness and Effects of Rating Scale versus Contextual Corrections of Misinformation. *American Press Institute*, 1-20. Recuperado de: <https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/The-Effectiveness-of-Rating-Scales.pdf>
- Athar, Faiza, Pratama, Destiono, y Mujtahid, Z. (2019). Developing mathematical reasoning to reduce the wide-spread of hoax distributions. *Journal of Physics. Conference Series*. Recuperado de: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1157/3/032128>
- Bae-Brandtzaeg, Petter, Følstad, Asbjørn, y Chaparro-Domínguez, María Ángeles (2018). “How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services”. *Journalism Practice*, 12 (9), 1109-1129. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1363657>
- Bazaco, Angela, Redondo, Marta, y Sánchez-García, Pilar. (2019). “El clickbait como estrategia del periodismo viral: concepto y metodología”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 94-115. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1323/06es.html>. DOI: 10.4185/RLCS-2019-1323
- Berduygina, Oxana N., Vladimirova Tatyana N. y Chernyaeva, Elena V. (2019). “Trends in the Spread of Fake News in Mass Media”. *Media Watch*, 10 (1), 122-132. Doi: 10.15655/mw/2019/v10i1/49561
- Bode, Leticia y Vraga, Emily K. (2017). “See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media”. *Health Communication*, 33 (9), 1131-1140. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1331312>
- Carlson, Matt y Lewis, Seth. C. (eds.). (2015). *Boundaries of Journalism. Professionalism, Practices and Participation*. New York: Routledge.
- Carneiro, Guilherme, Nacenta, Miguel, Toniolo, Alice, Méndez, Gonzalo y Quigley, Aaron John. (2019): “Deb8: collaborative fact checking”. En: *Proceedings of CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings* (CHI 2019). ACM, New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, pp- 1-5.
- Chan-Manpu, Sally, Jones, Christopher R., Hall-Jamieson, Kathleen y Albarracín, Dolores (2017). “Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation”. *Psychological Science*, 28 (11), 1531–1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>
- Currie-Sivek, Susan y Bloyd-Peshkin, Sharon (2018). “Where Do Facts Matter?”. *Journalism Practice*, 12 (4), 400-421. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1307694>
- Dobbs, Michael. (febrero de 2012). The Rise of Political Fact-checking. How Reagan Inspired a Journalistic Movement: A Reporter’s Eye View. *Media Policy Initiative. Research Paper. New America Foundation*. Recuperado de: <https://www.issuelab.org/resources/15318/15318.pdf>
- Echeverría, Borja. (17 de enero de 2017). Más ‘fact-checking’ contra la posverdad. *Cuadernos de periodistas*, 33, 9-16. Recuperado de: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/mas-fact-checking-la-posverdad/>
- Fole, Xabier. (26 de septiembre de 2012). Los hechos son sagrados. El fact-checker y la importancia del periodismo. *FronteraD*. Recuperado de: <https://www.fronterad.com/los-hechos-son-sagrados-el-fact-checker-y-la-importancia-del-periodismo/>
- Full Fact (2016). Why Don’t You Have Ratings. Recuperado de: *Fullfact.org*. <https://fullfact.org/about/frequently-asked-questions/>
- Funke, Daniel y Benkelman, Susan. (14 de marzo de 2019). Factually: Fact-checking health claims gets new life. *Factually Newsletter. American Press Institute*. Recuperado de: <https://www.americanpressinstitute.org/uncategorized/factually-fact-checking-health-claims-gets-new-life/>

- Funke, Daniel. (6 de mayo de 2019). *Instagram is reducing the reach of posts debunked by fact-checkers*. poynter.org. Recuperado de: <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/instagram-is-reducing-the-reach-of-posts-debunked-by-fact-checkers/>
- Gallardo, Victoria. (13 de febrero de 2019). Aprender a informar (se) en la época de los bulos. *elmundo.es*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/extras/formacion-online/2019/02/13/5c644420fddff762c8b45ad.html>
- García-Orosa, Berta, Gallur-Santorum, Santiago, y López-García, Xosé (2017). “El uso del *clickbait* en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1261-1277. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1218/68es.html>. Doi: 10.4185/RLCS-2017-1218.
- García-Serrano, Jesús, Romero-Rodríguez, Luis M., y Hernando-Gómez, Angel (2019). “Análisis del “clickbaiting” en los titulares de la prensa española contemporánea. Estudio de caso: diario El País en Facebook”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25, 197-212. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63724>
- Garret, Kelly R., Nisbet, Erik, y Lynch, Emily (2013). “Undermining the Corrective Effects of Media-Based Political Fact Checking? The Role of Contextual Cues and Naïve Theory”. *Journal of Communication*, 63 (4), 617-637. <https://doi.org/10.1111/jcom.12038>
- Gelfert, Axel (2018). “Fake news: a definition”. *Informal Logic*, 38 (1), 84-117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>
- Graves, Lucas (2016). “Anatomy of a Fact Check: Objective Practice and the Contested Epistemology of Fact Checking”. *Communication, Culture & Critique*, 10 (3), 518-537. <https://doi.org/10.1111/cccr.12163>
- Graves, Lucas y Anderson, Charles W. (2019). “Discipline and promote: Building infrastructure and managing algorithms in a ‘structured journalism’ project by professional fact-checking groups”. *New Media and Society*, 22 (2), 342-360. <https://doi.org/10.1177%2F1461444819856916>
- Graves, Lucas y Cherubini, Federica (2016). *The Rise of Fact-Checking Sites in Europe*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf>
- Graves, Lucas, Nyhan, Brendan, y Reifler, Jason (2016). “Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking”. *Journal of Communication*, 66 (1), 102-138. <https://doi.org/10.1111/jcom.12198>
- Graves, Lucas. (febrero de 2018). Understanding the promise and limits of automated fact checking. *Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism*. Recuperado de: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves_factsheet_180226%20FINAL.pdf
- Guerrini, Federico. (8 de julio de 2013). From Traditional to Online Fact-Checking. *European Journalism Observatory*. Recuperado de <https://en.ejo.ch/ethics-quality/traditional-online-fact-checking>
- Hameleers, Michael y van der Meer, Toni G. L. A. (2019). “Misinformation and Polarization in a High-Choice Media Environment: How Effective Are Political Fact-Checkers?”. *Communication Research*, 47 (2), 227-250. <https://doi.org/10.1177%2F0093650218819671>
- Hansen, Casper, Hansen, Christian, Alstrup, Stephen, Grue-Simonsen, Jakob, y Lioma, Christina (2019). “Neural Check-Worthiness Ranking with Weak Supervision: Finding Sentences for Fact-Checking. *WWW '19: Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference*, 994-1000. <https://doi.org/10.1145/3308560.3316736>
- Hassan, Naeemul, Adair, Bill, Hamilton, James T. Li, Chengkai, Tremayne, Mark J., Yang, Jung, y Yu, Cong. (2015). <http://cj2015.brown.columbia.edu>. “The quest to automate fact-checking”. Recuperado de: <http://cj2015.brown.columbia.edu/papers/automate-fact-checking.pdf>
- Hassan, Naeemul, Li, Chengkai, Tremayne, Mark (2015). “Detecting Check-worthy Factual Claims in Presidential Debates”. *CIKM '15: Proceedings of the 24th ACM International Conference on Information and Knowledge Management*, 1835-1838. <https://doi.org/10.1145/2806416.2806652>
- Hendricks, Vincent F. y Vestergaard, Mads (2019). *Reality Lost. Markets of Attention, Misinformation and Manipulation*. Denmark: University of Copenhagen-Springer Open. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-00813-0> <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02> <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1355/38es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2019-1355
- Kahne, Joseph y Bowyer, Benjamin (2017). “Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation”. *American Educational Research Journal*, 54 (1), 3-34. <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>
- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom (2001). *Elements of journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Nueva York: Crown.
- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom (2014) *Elements of journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Revised and update*. Nueva York: Crown.
- Lazer, David M. J., Baum, Matthew A., Benkler, Yochai, Berinski, Adam J., Greenhill, Kelly M., Menczer, Filippo, Metzger, Miriam J., Nyhan, Brendan, Pennycook, Gordon., Rothschild, David, Schudson, Michael, Sloman, Steven A., Sunstein, Cass R., Thorson, Mily. A., Watts, Duncan J., y Zittrain, Jonathan L. (2018). “The science of fake news”. *Science*, 359 (6380), 1094-1096. Doi: 10.1126/science.aaq2998
- López-García, Xosé, Rodríguez-Vázquez, Ana Isabel y Álvarez-Gromaz, Lucía. (febrero-mayo de 2016). El fact checking como reclamo y como servicio en los cibermedios. Análisis de las experiencias de “The Washington Post” y “The

- Guardian". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*. 103, 74-83. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero103/analisis-de-las-experiencias-de-the-washington-post-y-the-guardian/>
- Lotero-Echeverri, Gabriel, Romero-Rodríguez, Luis Miguel, Pérez-Rodríguez, Amor (2018). "Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación". *index. comunicación*, 8 (2), 295-316. <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/370/400>
- Lowrey, Wilson (2017). "The Emergence and Development of News Factchecking Sites". *Journalism Studies*, 18 (3), 376-394. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>
- Magallón-Rosa, Raúl (2018). "La biblioteca digital sobre Donald Trump. Fact-checking frente a fake news. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*", 24 (1), 273-282. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59949>
- Margolin, Drew B., Hannak, Aniko, y Weber, Ingmar (2018). "Political Fact-Checking on Twitter: When Do Corrections Have an Effect?". *Political Communication*, 35 (2), 196-219. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334018>
- Marietta, Morgan y Barker, David C. (2019). *One Nation, Two Realities. Dueling Facets in American Democracy*. Nueva York: Oxford University Press.
- Marietta, Morgan, Barker, David C., y Bowser, Tood (2015). "Fact-Checking Polarized Politics: Does The Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities?". *The Forum*, 13 (4), 577-596. <https://doi.org/10.1515/forum-2015-0040>
- Mazaira-Castro, Andrés, Rúas-Araújo, José, y Puentes-Rivera, Iván (2019). "Fact-Checking en los debates electorales televisados de las elecciones generales de 2015 y 2016". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74 (6), 748-766.
- Mena, Paul (2018). "Principles and Boundaries of Fact-checking: Journalists' Perceptions". *Journalism Practice*, 13 (6), 657-672. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1547655>
- Molina, Esther. (29 de mayo de 2018). 'Fake news'. Así trabajan Maldito bulo, los cazadores de noticias falsas. *Suplemento Retina, elpais.es*. Recuperado de: https://retina.elpais.com/retina/2018/05/25/tendencias/1527246841_199040.html
- Moreno, Manuel. (12 de marzo de 2019). Facebook lanza en España su programa de verificación de datos. *Revista digital trecebits.com redes sociales y tecnología*. Recuperado de: <https://www.trecebits.com/2019/03/12/facebook-lanza-en-espana-su-programa-de-verificacion-de-datos/>
- Müller, Enrique. (19 de diciembre de 2018). El periodista estrella que se inventó 14 historias para *Der Spiegel* y burló a sus 60 verificadores. *elpais.com*. Recuperado de: https://elpais.com/sociedad/2018/12/19/actualidad/1545234239_110446.html
- Nieminen, Sakary y Rapeli, Lauri (2018). "Fighting Misperceptions and Doubting Journalists' Objectivity: A Review of Fact-checking Literature". *Political Studies Review*, 17 (3), 296-309. <https://doi.org/10.1177%2F1478929918786852>
- Nyhan, Brendan y Reifler, Jason. (2016). Do people actually learn from fact-checking? Evidence from a longitudinal study during the 2014 campaign. *Dartmouth College*. Recuperado de: <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fact-checking-effects.pdf>
- Nyhan, Brendan y Reifler, Jason, J. (2010). "When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions". *Political Behavior*, 32 (2), 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>
- Nyhan, Brendan y Reifler, Jason, J. (2015a). Displacing Misinformation about Events: An Experimental Test of Causal Corrections". *Journal of Experimental Political Science*, 2 (1), 81-93. <https://doi.org/10.1017/XPS.2014.22>
- Nyhan, Brendan y Reifler, Jason. (febrero de 2012). Misinformation and Fact-Checking: Research Findings From Social Science. *New America Foundation*. Recuperado de: http://www.dartmouth.edu/~nyhan/Misinformation_and_Fact-checking.pdf
- Nyhan, Brendan, Porter, Ethan, Reifler, Jason y Wood, Thomas J. (2019). "Taking Fact-checks Literally But Not Seriously? The Effects of Journalistic Fact-checking on Factual Beliefs and Candidate Favorability". *Political Behavior*, 1-22, <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09528-x>
- Nyhan, Brendan, y Reifler, Jason (2015b). "The effect of fact-checking on elites: A field experiment on US state legislators". *American Journal of Political Science*, 59 (3), 628–640. <https://doi.org/10.1111/ajps.12162>
- Palau-Sampio, Dolors (2018). "Fact-checking y vigilancia del poder: La verificación del discurso público en los nuevos medios de América Latina". *Communication & Society*, 31 (3), 347-365. Doi: 10.15581/003.31.3.347-365
- Papadopoulou, Olga, Zampoglou, Markos, Papadopoulos, Symeon y Kompatsiaris, Ioannis (2019). "A corpus of debunked and verified user-generated videos". *Online Information Review*, 43 (1), 72-88. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2018-0101>.
- Pollicino, Oreste y Biett, Elettra. (2019). Truth and Deception Across the Atlantic: A Roadmap of Disinformation in the US and Europe. *Italian Journal of Public Law*. 11 (1), 43-85. Recuperado de: http://www.ijpl.eu/assets/files/pdf/2019_volume_1/IJPL_volume1_2019.pdf
- Quandt, Thorsten, Frischling, Lena, Boberg, Svenja, y Schatto-Eckrodt, Tim (2019). "Fake News. Forms of Journalism". *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 599-605. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0128>
- Reichel, Chloe. (15 junio 2019). How to combat health misinformation online: A research roundup. *Vaccine Confidence Project*. Recuperado de: <https://www.vaccineconfidence.org/how-to-combat-health-misinformation-online-a-research-roundup/>

- Romero-Rodríguez, Luis Miguel (2013). "Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación/misinformación". *Correspondencias & Análisis*, 3, 319-342. <https://doi.org/10.24265/cian.2013.n3.14>
- Roozenbeek, Jon y Van el Linden, Sander (2019). "Fake news game confers psychological resistance against online misinformation". *Palgrave Communications*, 5 (65). <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>
- Schäfer, Maximilian (2011). "Science journalism and fact checking". *Journal of Science Communication*, 10 (4), 1-5. <https://doi.org/10.22323/2.10040302>
- Shin, Jieun y Thorson, Kjerstin (2017). "Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-checking Messages on Social Media". *Journal of Communication*, 67 (2), 233-255. <https://doi.org/10.1111/jcom.12284>
- Sivek, Susan Currie y Bloyd-Peshkin, Sharon (2018). "Where Do Facts Matter?". *Journalism Practice*, 12 (4), 400-421. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1307694>
- Tandoc Jr., Edson C., Ling, Richard, Westlund, Oscar, Duffy, Andrew, Goh, Debbie y Zheng Wei, Lim (2018). "Audiences acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework". *New Media and Society*, 20 (8), 2745-2763. <https://doi.org/10.1177%2F1461444817731756>
- Tandoc Jr., Edson C., Wei Lim, Zheng, y Ling, Richard (2018). "Defining "Fake News)". *Digital Journalism*, 6 (2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Ufarte-Ruiz, María José y Murcia, Francisco José (2018). "El fact checking: en busca de un nuevo modelo de negocio sostenible para el periodismo. Estudio de caso de Miniver". *Miguel Hernández Communication Journal*, 9 (2), 511-534. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.26>
- Ufarte-Ruiz, María José, Peralta-García, Lidia y Murcia-Verdú, Francisco José (2018). "Fact checking: un nuevo desafío del periodismo". *El profesional de la información*, 27 (4), 733-741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Unión Europea. (30 de abril de 2018): A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation". *Communications Networks, Content and Technology*. Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.
- Uscinski, Joseph E. (2015). "The Epistemology of Fact Checking (Is Still Naïve): Rejoinder to Amazeen". *Critical Review: A Journal of Politics and Society*, 27 (2), 243-252. <https://doi.org/10.1080/08913811.2015.1055892>
- Uscinski, Joseph E. y Ryden, W. Butler (2013). "The Epistemology of Fact Checking". *Critical Review*, 25 (2), 162-180. <https://doi.org/10.1080/08913811.2013.843872>
- Vázquez-Herrero, Jorge, Vizoso, Ángel y López-García, Xosé (2019). "Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo". *El profesional de la información*, 28 (3), e280301, 1-12. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Veglis, Andreas y Panagiotou, Nikos. (2018). "Verifying Social Media Content in Crisis Reporting. En: Veglis, Andreas y Drok, Nico (eds). Crisis Reporting. EJTA Teachers' Conference 2018. Thessaloniki, Greece: Aristotle University of Thessaloniki-European Journalism Training Association. pp. 26-41.
- Vizoso, Ángel y Vázquez-Herrero, Jorge (2019). "Plataformas de factchecking en español. Características, organización y método". *Communication & Society*, 32 (1), 127-144. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.127-144>
- Vizoso, Angel, López-García, Xosé y Pereira-Fariña, Xosé (2018). "Technological skills as a key factor in the profile of the fact checker for the verification of information in the network society". *Estudos em Comunicacao*, 1 (27), 105-126. DOI: 10.20287/ec.n27.v1.a07
- Vosoughi, Soroush, Roy, Deb, y Aral, Sinan (2018). "The spread of true and false news online". *Science*, 359 (6380), 1146-1151. Doi: 10.1126/science.aap9559
- Vraga, Emily K. y Bode, Leticia (2018). "I Do Not Believe You: How Providing a Source Corrects Health Misperceptions Across Social Media Platforms". *Information, Communication & Society*, 21 (10), 1337-1353. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1313883>
- Wardle, Claire. (16 de febrero de 2017). Fake news. It's complicated". FirstDraf. *Medium.com*. Recuperado de: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>
- Wintersieck, Amanda L. (2017). "Debating the Truth: The Impact of Fact-Checking During Electoral Debates". *American Politics Research*, 45 (2), 304-331. <https://doi.org/10.1177/1532673X16686555>
- Wood, Thomas y Porter, Ethan (2019). "The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence". *Political Behavior*, 41 (1), 135-163. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9443-y>
- Zhou, Xingi y Zafarani, Reza (2018). "Fake News: A Survey of Research, Detection Methods, and Opportunities". *ACM Comput. Surv.*, 1, 1-40. <https://arxiv.org/abs/1812.00315>
- Zilles, Christian. (18 de marzo de 2019). Social Media and the Fake News Problem. *Social Media Headquarters*. Recuperado de: <https://socialmediahq.com/social-media-and-the-fake-news-phenomenon/>

Fernando López Pan es Doctor en Comunicación y Profesor Titular (acreditado) de Periodismo. Ha sido subdirector de la revista académica *Comunicación y Sociedad*; director del *Departamento de Proyectos Periodísticos* de la Universidad de Navarra (1999–2005) y Vicedecano de Ordenación Académica (2005–2008). Entre sus publicaciones, se encuentran varios estudios sobre la columna, entre ellos *La columna periodística*.

Teoría y práctica (Eunsa, Pamplona, 1996). Ha publicado artículos especializados en redacción periodística y en periodismo literario. También ha escrito sobre el estatuto académico de la *Periodística*. Ha sido presidente de la Sociedad Española de Periodística (SEP), del 2015 al 2018. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2035-3431>

Jorge Miguel Rodríguez Rodríguez es Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra (España) y director del Grado en Periodismo de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad San Jorge. Ha sido profesor en la Universidad de Piura (Perú), en la Universidad de Navarra y actualmente en Universidad San Jorge (España). Ejerció el periodismo en el diario *El Comercio* (Perú). Sus estudios se centran en las relaciones entre periodismo y literatura, la teoría de los géneros periodísticos y las competencias mediáticas en la profesión periodística. Ha publicado diversos artículos y los libros *Nuevas narrativas y calidad informativa* (2018, Sevilla, Egregius), *Repensar los valores clásicos del periodismo* (2016, Zaragoza, SEP-USJ); *Contar la realidad. El drama como eje del periodismo literario*, (2012, Madrid, 451 Editores), *Periodismo literario: naturaleza, antecedentes, paradigmas y perspectivas*, (2010, Madrid, Fragua). Ha sido director de Relaciones para América Latina de la Sociedad Española de Periodística (SEP). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9077-6416>