

Información y crisis

Estela Morales Campos
Coordinadora



HM851
I546

Información y crisis / Coordinadora Estela Morales Campos. - México : UNAM. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2024.

x, 247 p. - (Información y sociedad)
ISBN: 978-607-30-8633-2

1. Información - Aspectos sociales. 2. Información - Aspectos morales y éticos. 3. Acceso a la información. 4. Desinformación. I. Morales Campos, Estela, coordinadora. II. ser.

Diseño de portada: Liliana Calvo Armendáriz

Primera edición: 1 de marzo de 2024

D. R. © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas
y de la Información

Circuito Interior s/n, Torre II de Humanidades,
pisos 11, 12 y 13, Ciudad Universitaria, C. P. 04510,
Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México

Esta edición y sus características son propiedad
de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Prohibida la reproducción total o parcial por
cualquier medio sin la autorización escrita
del titular de los derechos patrimoniales.

ISBN: 978-607-30-8633-2

Publicación dictaminada
Impreso y hecho en México

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN	vii
Estela Morales Campos	

I.

LAS CRISIS Y EL ACCESO SOCIAL A LA INFORMACIÓN

Los peligros de la existencia de dueños de la verdad para la formación de opinión pública	3
Alejandro Ramos Chávez	
Crisis, teorías de la conspiración y ecosistema informativo	21
Jonathan Hernández Pérez	
La relevancia de los bienes comunes de información ante la crisis de la humanidad derivada del COVID-19	35
Esperanza Molina Mercado	

II.

VERIFICACIÓN Y CERTEZA DE LA INFORMACIÓN

ANTE LAS CRISIS GLOBALES

Tiempos de crisis: la información y sus tecnologías. Desde las primeras aplicaciones hasta el surgimiento y la actividad de la inteligencia artificial	61
Estela Morales Campos	
Escalamiento de la desinformación en el conflicto bélico Rusia-Ucrania	81
Hugo Alberto Figueroa Alcántara	
Sostenibilidad, ciencia ciudadana y observadores de aves: una propuesta holística de registro y uso de información	97
Fidel González-Quiñones	

III.

EL USO ÉTICO DE LA INFORMACIÓN

La infodiversidad frente a la neutralidad	117
Rosa María Martínez Rider	
Caracterización de los verificadores de hechos (<i>fact-checkers</i>) y evaluación de la confiabilidad de fuentes: un análisis desde la geopolítica iberoamericana	129
Javier Tarango y Juan D. Machin-Mastromatteo	
Reflexiones sobre los desafíos éticos de la inteligencia artificial en la educación superior: crisis e incertidumbre	159
Jairo Buitrago Ciro	

IV.

LAS CRISIS, LAS BIBLIOTECAS Y LOS ARCHIVOS

Gestión de crisis en el ámbito bibliotecológico	181
José Luis Vázquez Luna	
Información estratégica e innovación social en tiempos de crisis: aportes desde las bibliotecas y los archivos	195
Johann Pirela Morillo	
Derecho a la información, vía el acceso y uso de la información en las bibliotecas y los archivos	209
Nelson Javier Pulido Daza	
Humor académico versus crisis informativa: los libros de Rubén Gallo	231
Rubén Olachea Pérez	

Caracterización de los verificadores
de hechos (*fact-checkers*) y evaluación
de la confiabilidad de fuentes:
un análisis desde la geopolítica iberoamericana

JAVIER TARANGO

JUAN D. MACHIN-MASTROMATTEO

Universidad Autónoma de Chihuahua, México

INTRODUCCIÓN

Esta propuesta pretende analizar la amplia problemática que se suscita en la divulgación de información en línea, caracterizada por su amplia abundancia y posible carencia de credibilidad y validez en sus contenidos, lo cual genera distintos trastornos de información que existen en todo ecosistema de comunicación, y propicia con ello la generación de condiciones de desinformación al usar la posverdad y las noticias falsas (*fake news*). Además del estudio de tal problemática, se vuelve necesario analizar la presencia de agencias verificadoras de hechos (*fact-checkers*) en los países iberoamericanos; para ello identificamos sus características, formas de funcionamiento, intenciones, origen de su financiamiento y, por consecuencia, la presencia de posibles sesgos en el manejo de información. Estas verificadoras han sido criticadas por *influencers*, desarrollándose relaciones antagónicas entre ambos actores, lo cual conforma un complejo sistema infodiverso en las redes, donde chocan distintas ideologías y agendas políticas, que dificultan la confiabilidad de la información y la divulgación de la verdad. Como consecuencia, se vuelve necesario

considerar el estudio de propuestas de acción para el desarrollo de mecanismos que propicien procesos de alfabetización informacional, mediática, digital y de nuevos medios, todo ello con fines de transformación en los procesos de consumo responsable de contenidos por parte de los ciudadanos. Esto se concibe como un reto, dados los distintos rasgos sociológicos que inhiben la posibilidad de influir directamente sobre sus comportamientos.

Ante la problemática antes planteada como objeto de estudio de esta propuesta, es posible determinar como novedad el estudio del *fact-checking* como un medio alterno para medir la calidad de la información divulgada en diversos medios, especialmente los electrónicos, de tal forma que se puedan contrarrestar los datos y hechos falsos, planteados, primero, a través de la intención en su uso, la imprecisión de sus contenidos y el nivel de condición que representa en cuanto al ámbito de la desinformación (Tuñón Navarro *et al.* 2019); y segundo, las consideraciones sobre el papel que juegan los diversos actores involucrados en la generación y consumo de contenidos, los cuales generan un ecosistema cuyos vicios provocan arduas implicaciones respecto a su validez real (Graves y Mantzarlis 2020). En este aspecto, pueden identificarse cuatro actores clave: 1) el generador del contenido, personas u organizaciones que intencionalmente podrían estar generando contenidos falsos, regularmente relacionados con los medios de comunicación; 2) los consumidores de los contenidos, referido a los usuarios de la información, lo cual comprende a la sociedad en general; 3) las instancias dedicadas específicamente a la verificación de hechos, conocidas como *fact-checkers*, quienes desarrollan acciones humanas o automatizadas centradas en una temática particular); y 4) actores de apoyo o alternos que promueven que suceda la verificación de hechos (tanto en interés, apoyo participativo o como financiadores de esta actividad), incluyendo investigadores, fundaciones, *think tanks* y gobiernos.

Dado que cada actor guarda sus propias intenciones, así como intereses marcados, el ecosistema informativo prácticamente colapsa o, al menos, se complica, generando con ello un trastorno de la información. Esto considerando que algunos autores están a favor

de la promoción de datos y hechos falsos; otros, en contra, y alguno más, a partir de la epistemología binaria, participa de ambas posturas. Incluso, una de esas problemáticas radica en consumidores de contenidos que aceptan como ciertos algunos contenidos en web, y llegando a rechazar cualquier intento de clarificación para comprender el posible engaño (Rodríguez-Pérez 2021). No obstante, la situación ofrece tanto imposibilidades de influencia como retos para lograrla, por lo que, recientemente, al menos en los países iberoamericanos, se han integrado instancias formales de *fact-checking* para combatir la desinformación, proponiendo para ello distintas alternativas de posible solución, que van desde el análisis de situaciones concretas hasta el diseño de estrategias relacionadas con acciones educativas de carácter académico formal, así como acciones enfocadas hacia la concientización de la ciudadanía en general.

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN FALSA Y LOS VERIFICADORES DE HECHOS (*FACT-CHECKERS*)

Con el propósito de llegar a una clarificación conceptual sobre la información falsa en general y la forma como ésta puede provocar un desorden o trastorno en la información, varios autores agrupan esta problemática en tres tipos: 1) la información errónea o *misinformation*, que consiste en compartir información falsa sin pretensiones de provocar un daño; 2) la desinformación o *disinformation*, en la que se comparte información falsa con propósitos directos de causar daño; y 3) La mala información o *malinformation*, por su expresión en idioma inglés, es conocida como información incorrecta o no genuina; es generada con el expreso propósito de causar daño y, regularmente, está relacionada con aspectos políticos y no con temas de la sociedad en general (Wardle y Derakhshan, 2017; Vázquez-Herrero *et al.* 2023; Ruffo y Semeraro 2022). Para Nygren *et al.* (2021), el mayor nivel de influencia en el trastorno informativo radica en la desinformación, ya que es el resultado de la combinación de los otros dos tipos mencionados y cuyo propósito principal radica en el daño a las personas clave en distintos ámbitos de acción, especialmente en el político.

Con el reconocimiento de la magnitud de la desinformación como concepto más incluyente en la definición de la necesidad de verificación de hechos, es en ésta donde recaen mayormente los trastornos de la información, los cuales son fundamentalmente manifestados por diversas reacciones que suceden ante la información falsa (Himma-Kadakas y Ojamets 2022). Del concepto de desinformación en su acepción más amplia se desprenden un gran número de subconceptos o ramas que dimensionan el nivel de falsedad, intención y capacidad de influencia de la información en la construcción de imaginarios en la ciudadanía. Los principales los siguientes:

- a) **Posverdad.** Concepto caracterizado por la implicación de circunstancias vinculadas a hechos, combinados con una marcada carga emocional al vincularse con creencias; influye en amplios sectores sociales y está por encima de los hechos objetivos al promover la manipulación y la mentira como mecanismos de promoción de la verdad parcial (Sidorenko Bautista *et al.* 2021).
- b) **Noticias falsas o *fake news*.** Información falsa o parcialmente falsa, cuyo diseño estructural pretende ofrecer una imagen de comunicar noticias verídicas; sin embargo, busca confundir a la sociedad y, de paso, obtener beneficios políticos o económicos (Tuñón Navarro *et al.* 2019). Este término tiene como característica principal que su difusión es rápida, de amplia influencia y es difícil de cambiar en el imaginario colectivo (Sidorenko Bautista *et al.* 2021). Este tipo de noticias suelen caracterizarse por crear rumores, distorsionar información proveniente del gobierno, la fabricación de hechos, la manipulación y la publicidad, teniendo como consecuencia principal la generación de sentimientos colectivos de odio. Son, a su vez, clasificadas en diversos términos: *clickbaits*, propaganda, bulo, sátira, parodia, engaños o *hoaxes*, robo de nombres o *name-theft*, inculpación o *framing*, sesgo o *bias*, teorías conspirativas, ciencia basura o *fake science* (Caridad-Sebastián *et al.* 2018; Collins *et al.*

2020; Al-Rawi y Fakida 2021; Rodríguez-Virgili *et al.* 2021; Almansa-Martínez *et al.* 2022).

A partir del intento de clarificar la conceptualización de la información falsa, la cual no alcanza la precisión necesaria, corresponde ahora definir el servicio que busca contrarrestar esta situación a través del combate de la desinformación, conocido como *fact-checking* o verificadores de hechos, modelo de evaluación de los ecosistemas informativos de reciente surgimiento, que busca no afectar a los procesos de comunicación a través del uso de las redes sociales en diversas acciones de divulgación de contenidos (Rodríguez y López 2020; Herrero y Herrera-Damas 2021).

La misión de los *fact-checkers* como agencias de verificación de hechos es muy clara: combatir la desinformación promoviendo la precisión en el discurso público (Graves y Mantzarlis 2020); no obstante, sigue habiendo poca solidez en su funcionamiento y en la dimensión que ofrecen para contribuir a aminorar el problema. Por ejemplo, según el origen que observan en su formación como organizaciones debidamente estructuradas, algunos pertenecen a empresas de medios, otros son financiados por empresas gubernamentales o no gubernamentales, pero con intereses marcados. Pocas muestran afiliación a instituciones universitarias, y las que funcionan como organizaciones de la sociedad civil son concebidas como activistas. Sin embargo, todas coinciden en que son independientes, aunque realmente no lo sean, y en que no reciben ninguna influencia ni guardan relación con partidos políticos; aspecto cuestionable, tomando en consideración algunas experiencias no positivas (Amazeen 2015).

Más allá de la búsqueda de una definición precisa sobre los *fact-checkers*, se vuelve más pertinente distinguirlos por sus características principales: 1) emplean ciertas metodologías para evaluar la condición de validez de determinado fenómeno informativo (Uscinski y Butler 2013); 2) a partir de lo anterior, publican evaluaciones sistemáticas sobre la validez de la información publicada bajo diversas prácticas del periodismo científico; y 3) funcionan como organizaciones sin fines de lucro a través de diversas formas de

financiamiento, tales como publicidad, donaciones abiertas, o de forma directa, a través de distintas empresas privadas, venta de servicios de consultoría o educativos, por mencionar los principales (Kim y Buzzelli 2022).

Aunque las agencias de *fact-checking* proponen contribuir positivamente para evitar trastornos en la información, su funcionamiento actual no ha alcanzado la madurez suficiente en cuanto a su funcionamiento y en la credibilidad sobre su efectividad, por lo que pueden identificarse como servicios de información emergentes y, al mismo tiempo, de alta complejidad. Su forma de estructura y de trabajo pareciera ofrecer múltiples contradicciones, mismas que a su vez han generado amplias críticas, que se caracterizan por lo siguiente: 1) la evaluación de los contenidos sucede una vez que la información fue publicada y diseminada, por lo que la capacidad de influencia en el cambio es prácticamente nula (Singer 2021; Kumar 2022); 2) los resultados de un mismo asunto analizado por varias agencias suelen ofrecer resultados no compatibles, esto debido a los intereses particulares y al uso de métodos automatizados (Rodríguez-Pérez 2021); 3) los resultados de evaluación de la validez de la información son expresados en diversos niveles de falsedad o de verdad, situación que pareciera caer en la condición de un oxímoron (Lim 2018; Chia *et al.* 2022); 4) existe un sesgo natural en la evaluación de la validez de los hechos, tanto por el interés de la propia agencia de verificación de hechos como por aquellos de sus patrocinadores (Robertson *et al.* 2020; Rodríguez Rodríguez y López Pan 2020), por tanto, difícilmente están libres de la influencia de partidos políticos (Tsang *et al.* 2022; Vinhas y Bastos 2022); 5) los generadores de los contenidos falsos, cuando se comprueba que caen en tal situación, casi nunca observan una actitud de autorreflexión al respecto, por tanto, no existe una posibilidad de cambio (Steensen *et al.* 2022), y lo mismo sucede con los consumidores de contenido, difícilmente cambian su creencia cuando se comprueba la falsedad de la información divulgada (Young *et al.* 2017); 6) los análisis de validez de la información regularmente carecen de objetividad científica, ya que no se basan en pruebas empíricas y carecen de arbitraje de expertos (Robertson

et al. 2020; Hameleers 2022); y 7) el problema de la epistemología binaria por parte de los periodistas inmersos en actividades de *fact-checking*, quienes, por una parte, ejercen la falsedad de información y, por otra, la defienden (Rodríguez-Pérez 2021).

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN USANDO EL *FACT-CHECKING*

De acuerdo con las propuestas funcionales de las agencias de *fact-checking*, este tipo de organizaciones proponen intervenir en tres formas fundamentales: contrarrestar la desinformación, educar a la ciudadanía y restaurar la credibilidad periodística (Tuñón Navarro *et al.* 2019; Moreno-Gil *et al.* 2021), para lo cual se identifican las siguientes estrategias de acción:

- a) **Estrategias para contrarrestar la desinformación.** Se destacan las siguientes: 1) mantener la consistencia de la información a través de criterios de precisión, imparcialidad, objetividad, independencia, transparencia, integridad y exhaustividad (Singer 2021); 2) buscar que los sistemas automatizados de verificación de hechos, basados en la inteligencia artificial, sean capaces de evaluar la consistencia en las oraciones, identificar afirmaciones ambiguas y vagas, así como sus valores estéticos, morales y éticos, por mencionar los principales (Nieminen y Sankari 2021); y 3) evaluar ecosistemas de la información, generalmente de un país con posibilidades de influencia en legisladores, productores de información y medios, con fines de garantizar la veracidad de los hechos (Juneja y Mitra 2022); 4) involucramiento de grupos de expertos en la aplicación de técnicas de *crowd-sourcing* o enfoques colaborativos, el enfoque de aprendizaje automático o *machine learning approach* y el procesamiento del lenguaje natural o *natural language processing technique* (Collins *et al.* 2020).
- b) **Restauración de la credibilidad periodística.** El restablecimiento de la confianza en la profesión periodística se enfoca

- a lo siguiente: 1) formar a los periodistas en el ejercicio en elementos básicos como la imparcialidad, equidad, transparencia y honestidad, ajenos a intereses personales (Lien *et al.* 2022; Moreno-Gil *et al.* 2022); y 2) generar herramientas de auditoría de periodismo (Mattes y Redlawsk 2020).
- c) **Educación a la ciudadanía.** Los procesos formativos propuestos comprenden los ámbitos académicos, profesionales y sociales: 1) fortalecer las condiciones de los usuarios de la información a partir de sus condiciones de acceso a la información, confianza propia y capacidad de reclamo (Singer 2021); 2) para la formación profesional de periodistas se recomienda el diseño de propuestas curriculares con el apoyo de expertos en verificación de hechos (Rodríguez-Pérez *et al.* 2022); 3) formación académica holística y transdisciplinar en competencias tecnológicas y sociología (Noain Sánchez 2021), pensamiento crítico, evaluación del interés periodístico, conocimiento de tópicos fuera del campo periodístico, conocimientos avanzados en recopilación e investigación de información y conocimiento de las redes sociales (Himma-Kadakas y Ojamets 2022), *big data*, manejo de redes sociales, derecho, economía, ciencias políticas, sociología y matemáticas (Herrero y Herrera-Damas 2021); 4) generación de programas educativos con temáticas de vanguardia en curación de contenidos y alfabetizaciones: informacional, digital, mediática, cívica, periodística, en nuevos medios y multialfabetización (Caridad-Sebastián *et al.* 2018; Addy 2020; Frau-Meigs 2022).

La agrupación de las estrategias antes presentadas observa una clara concentración, marcada en aquellas vinculadas con los procesos educativos, tanto de la ciudadanía en general como en aspectos académicos y profesionales, especialmente relacionados con la consideración de que los procesos de alfabetización en sus distintas dimensiones observan un camino viable en las estrategias de mejora en el uso y validación de la información con enfoque a los procesos de aprendizaje; todo ello, en comparación con el fortalecimiento de

las agencias de *fact-checking* en la búsqueda de mecanismos más eficientes basados en la tecnología y, en menor medida, en la restauración de las acciones profesionales del ejercicio periodístico.

EL PAPEL DE LOS *FACT-CHECKERS* EN RELACIÓN CON LOS *INFLUENCERS*

Según Ozertuk (2022), algunos antecedentes históricos sirven para argumentar que, especialmente en el ámbito político, los resultados del periodismo se derivan del nivel de acceso que se le otorga al periodista desde los grupos de poder. Esto resulta en que tal poder tiene la posibilidad de darle forma a aquello que se reporta y que las agencias de noticias terminen siendo lo “suficientemente amigables con quienes controlan el acceso” para no perderlo (p. 1). Sin embargo, el autor citado también argumenta que son los periodistas de investigación quienes pueden desmarcarse de esta problemática, si se hacen con sus propias fuentes.

Las razones anteriores podrían no ser exhaustivas, ni las únicas, pero son argumentos que podrían explicar algunos de los sesgos y patologías que exhiben los medios tradicionales hoy en día, incluyendo aquellos de nuestro mayor interés: la propagación de datos y noticias falsas o tendenciosas, que en un nivel macro podrían estar-se integrando en una especie de discurso hegemónico o narrativa oficial. Tal hegemonía es impulsada por los gobiernos de turno, los grupos internacionales de poder que los influyen, como la Organización de las Naciones Unidas, la *Open Society Foundations* o el Foro Económico Mundial. Adicionalmente, los colectivos y grupos de *lobby* son importantes actores en nuestro contexto actual, también impulsados y hasta patrocinados por tales grupos de poder, donde no necesariamente se atienden las ideas e intereses de las mayorías, sino, aparte, las de los colectivos que más ruido hagan y que de alguna manera se alineen con los objetivos del poder.

Es así como podemos ver que en la opinión pública prevalece esta especie de narrativa hegemónica centrada en temas como: 1) el calentamiento global, rebautizado recientemente como cambio climático; 2) una agenda de la ampliación de las condiciones para realizar el aborto, rebautizado como interrupción del embarazo;

3) cuestiones de género; 4) la extensión e imposición de *términos comodines*, como la expresión caricaturesca *ultraderecha*, porque pareciera que en el espectro político actual sólo existiera izquierda, centro y ultra derecha, expresión que termina siendo usada como descalificativo para todo aquel que exprese ideas distintas a la narrativa hegemónica, e incluso como medida coercitiva para evitar la disidencia. Baker (2022) nos permite ver un ejemplo de cómo esto tiene un eco en la producción científica, y de cómo se vuelve complicado encontrar una postura contraria. Otro término que ocasionalmente se convierte en comodín cuando es usado por grupos de poder, irónicamente, es el de *fake news*, como ha sido señalado por algunos *influencers*, en momentos en que actores, usualmente del poder, desean desmentir sin argumentos algún hecho incómodo (El Picalibro 2020; Leduc 2023b); y 5) relacionado con lo anterior, el establecimiento de las ideologías de izquierda como triunfadoras, lo cual por defecto les otorga la razón en sus expresiones (Leduc 2023a), mientras parecieran perdonarse e incluso obviarse sus crímenes. La mayoría de estos temas dividen la opinión pública y existe una amplia asimetría de poder entre quienes pertenecen a un lado y al otro de los distintos espectros. Las industrias culturales son también parte del discurso hegemónico, basta con revisar la oferta de éstas en los cines o servicios de *streaming*, donde se hace notorio que van dejando de existir la multiplicidad de voces y perspectivas. Por lo general, las anteriores afirmaciones se suelen relegar al nivel de teorías de la conspiración; y, de hecho, es un reto encontrar literatura especializada que analice y justifique estas ideas (véase por ejemplo Chequer 2020; Laje 2022; Masferrer 2023), pero han sido algunas de las temáticas que han abordado algunos *influencers*, como presentaremos más adelante.

Irónicamente, nunca como en la actualidad ha habido mayores facilidades tecnológicas para la comunicación y para el debate de ideas; pero, a la vez, nunca hemos estado más desinformados, vigilados, e incluso censurados (incluyendo la autocensura) (Masferrer 2023). Y la narrativa hegemónica pareciera estar siendo impulsada por un “Ministerio de la Verdad”, que puede asumir la forma de un *lobby* político, un gobierno, los medios tradicionales e, incluso,

plataformas sociales como YouTube o Facebook; además de incluir la extensión de una “neolengua”, mientras se empieza a señalar el llamado “crimetal” (crimen del pensamiento) todos ellos, conceptos orwellianos extraídos, obviamente, de la novela *1984*. Aunado a esto, se identifica un colapso en los hábitos de lectura, junto a un analfabetismo funcional (Ramírez-Leyva 2016) y una ausencia de pensamiento crítico frente a tecnologías y nuevos medios (Gelfert 2021) que, en lugar de ser beneficiosos, más bien parecieran ensimismar a las personas (Laje 2023).

Los *fact-checkers* no aparecieron a raíz de este contexto, aunque en la actualidad es cuando parecieran estar más extendidos y son más frecuentemente mencionados. De hecho, Dickey (2019) rastrea su origen hasta 1850, como contrapeso a los periódicos sensacionalistas, y la fundación de la *Associated Press*. Sin embargo, son discusiones como las presentadas anteriormente, además de una sociedad y opinión pública sumergidas en la posverdad, lo que ha hecho que los *fact-checkers* sean más mencionados y que se hayan creado nuevas agencias con estos propósitos en años más recientes.

Un actor que habíamos dejado al margen de la discusión es el grupo de los *influencers*, personas que con sus contenidos e imagen son capaces de llegar a miles o incluso millones de personas en las redes. Como con cualquier otro actor social, no se puede generalizar su conducta, así como la integridad y ética de los contenidos que producen. Algunos son inofensivos, mientras que otros pueden llegar a ser dañinos y han generado grandes controversias; algunos tratan contenidos triviales o de variedades, algunos tratan contenidos científicos, y otros se encargan de desarrollar crítica política. Son estos últimos quienes aparentemente se han convertido en los *enemigos naturales* de los medios tradicionales, y también de los *fact-checkers*, calificando a estos últimos como “ideológicamente sesgados o gubernamentalmente sesgados” (Rogan 2023).

Por otra parte, Danann (2023) compara a las agencias de *fact-checkers* con el “Ministerio de la Verdad”, y ha llamado la atención sobre el hecho de que lleguen a producir dos informes diferentes sobre la misma verificación de una noticia. Luego, afirma que cuando publican una nota relacionada con declaraciones de *influencers*,

no logran desmentirlos y, por otra parte, considera que si fijan su interés en algún *influencer* se debe a cuestiones de diferencias ideológicas y no necesariamente para contrarrestar la desinformación. La mayoría de estos señalamientos son compartidos por otros *influencers* que desarrollan contenidos de corte político, como el mencionado Emmanuel Danann;¹ así como, por ejemplo, Agustín Laje,² Chechu Leduc³ y Nicolás Morás,⁴ quienes han hecho declaraciones al respecto cuando hablan del tema de los *fact-checkers* y suelen centrar sus críticas a las agencias verificadoras, principalmente, en el origen de su financiamiento, que, según los *influencers*, podría hacer dudar de su imparcialidad.

En cuanto a la literatura científica, las tensiones o dinámicas entre *fact-checkers* e *influencers* es un tema específico muy incipiente, dentro del cual destacan los siguientes ejemplos: 1) el papel de los *influencers* que producen contenidos sobre nutrición en España y se han encargado de ejercer ellos mismos el rol de verificación en Instagram, aunque con bajo perfil (Argiñano y Goikoetxea-Bilbao 2021); 2) el Observatorio Social para la Desinformación y el Análisis de Redes Sociales, un proyecto europeo, que entre otras iniciativas buscó realizar análisis de redes para detectar comunidades de debates para registrar sus narrativas opuestas e identificar *influencers* desinformadores a escala global (Guarino *et al.* 2020); 3) una observación de verificación de mensajes de *influencers* en X (antes Twitter) que demostró una disminución entre 2016 y 2020 de los mensajes considerados “falsos” o tendenciosos, en el marco de procesos electorales en los Estados Unidos de América (Flaminio *et al.* 2023).

Todo lo anterior sirve para dar cuenta de la complejidad de la opinión pública actual y su infodiversidad, donde existen múltiples voces y, aunque es notoria la asimetría de alcance y poder entre tales actores, es importante que exista una competencia por

1 <https://www.youtube.com/@DanannOficial>.

2 <https://www.youtube.com/@AgustinLajeOk>.

3 <https://www.youtube.com/@ChechuLeduc>.

4 <https://www.youtube.com/@losliberales>.

la verificación de hechos, y que no sean necesariamente los *fact-checkers* establecidos quienes tengan el monopolio de esta actividad, ya que las críticas que han recibido pueden poner en duda su efectividad y, especialmente, su neutralidad. Es relevante destacar una de las conclusiones de Dan (2021), quien recomienda que la utilización de fuentes como la gente común y los *influencers* se lleve a cabo junto a otras fuentes de información de expertos; tal como usualmente recomendamos desde el área de la alfabetización informacional. Adicionalmente, aunque la misión de los *fact-checkers* es noble, debe entenderse que no son infalibles; como menciona Dickey (2019), un artículo verificado aún podría incluir afirmaciones o conclusiones erróneas.

CARACTERIZACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VERIFICACIÓN DE HECHOS (*FACT-CHECKERS*) EN IBEROAMÉRICA

Los siguientes resultados derivaron de nuestro estudio basado en la identificación de 29 agencias dedicadas a la verificación de hechos, ubicadas en 13 países iberoamericanos bajo la siguiente distribución: Argentina (1), Brasil (2), Chile (2), Colombia (1), Ecuador (1), España (4), Guatemala (1), México (2), Perú (1), Portugal (2), República Dominicana (1) y Venezuela (2). Doce de las agencias de verificación estudiadas están certificadas por la *International Fact-Checking Network*, ya que responden a un código de principios, pero 17 no cuentan con tal reconocimiento, siendo identificadas por otras fuentes (algunas, en apariencia, tuvieron anteriormente tal certificación, pero no retiraron tal información de sus páginas web). Los años de fundación de las agencias de verificación estudiadas van de 2010 a 2021, con marcada frecuencia en el año 2019 (siete agencias), y dos no identifican este dato. Sólo cuatro agencias de verificación de hechos ofrecen información específica por medio de Wikipedia, y en su totalidad la información recolectada fue por medio de sus páginas web.

La información antes descrita es presentada de forma resumida en el Anexo de este documento, donde se incluyen las siguientes variables de estudio: país, año de fundación, objetivos planteados,

principales actividades y formas de financiamiento. La información correspondiente a planteamiento de objetivos, principales actividades y financiamiento, es agrupada según coincidencias a continuación.

RASGOS RECURRENTE EN EL PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE LOS *FACT-CHECKERS* IBEROAMERICANOS

El planteamiento de objetivos de las agencias verificadoras es expresado únicamente por 18 de 27 entidades; y dada la diversidad de expresiones, son presentados a continuación de forma resumida:

- a) Verificación de noticias y de la opinión pública para contrarrestar la desinformación y mejorar la participación democrática.
- b) Comprobar qué es falso y qué es real en los discursos políticos.
- c) Ampliar la discusión y el conocimiento sobre las consecuencias de la desinformación en la sociedad y para la democracia.
- d) Ser un medio de comunicación independiente que nace en un contexto de censura y violación a los derechos humanos y que usa todas sus plataformas para el libre ejercicio del periodismo y para garantizar el acceso a la información de las personas.
- e) Verificar contenidos y discursos de personas y representantes de la vida pública y privada a través del uso de múltiples plataformas.
- f) Ser un aporte a la ciudadanía para luchar contra la desinformación, especialmente aquella surgida como consecuencia de diversos eventos políticos nacionales.
- g) Promover el periodismo de investigación a través del uso de plataformas digitales, de forma abierta y colaborativa, publicando artículos sobre *fact-checking*, según la tradición del periodismo anglosajón.
- h) Determinar la certidumbre de las declaraciones de gobernantes y otros actores; o si, por el contrario, requieren sumarles

algún contexto, son insostenibles o falsas. Además, analizar la información engañosa en línea para evitar que su difusión produzca que se vea como cierta.

- i) Luchar contra la desinformación: 1) comprobando su veracidad en los mensajes difundidos; y 2) dando explicación y contextualización a información confusa y divisiva.
- j) Informar a los ciudadanos y verificar información que circula por las redes sociales.
- k) Luchar contra la desinformación y la manipulación en internet, todo ello a través del uso del periodismo y la educación, bajo la creencia de que una sociedad mejor informada es más crítica, más sana y más democrática.
- l) Ser un medio de comunicación digital que compruebe las declaraciones y acciones de actores sociales y políticos, contextualizándolos en trabajos de verificación que revelen inconsistencias y ayuden a los ciudadanos a estar informados.
- m) Verificar información en línea, especialmente la difundida en redes sociales. Dotar a los ciudadanos de herramientas para contrarrestar la información falsa.
- n) Centrarse en la información política del país para aplicar el periodismo de datos y la transparencia a temas de corrupción, narcotráfico, rendición de cuentas, migración, violencia de género, derechos humanos y delitos contra la libertad de expresión.
- o) Basarse en el periodismo de investigación y verificación de datos, a través de fuentes estadísticas, documentales y especializadas para confirmar, comprobar o desmentir información, detectar errores, imprecisiones y mentiras, tanto aquellas provenientes de políticos, como de otros personajes públicos y de medios de comunicación.
- p) Mantener una línea independiente, sin preferencia por algún partido político, además de estar comprometidos con la gestión responsable de la información, sin sesgos ni preferencias de ningún tipo.
- q) Es una herramienta de vigilancia, análisis y presión sobre los discursos políticos y electorales, con lo que se busca

- contribuir a una sociedad más justa y menos desigual. Además, vigilar, analizar e incidir sobre las propuestas de los candidatos presidenciales.
- r) Clasificar en varias categorías las informaciones sobre políticos y líderes de opinión, desde las más verdaderas hasta las *mentiras escandalosas*.

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES
DE LOS *FACT-CHECKERS* IBEROAMERICANOS

Respecto a las principales actividades que desarrollan las agencias de verificación de hechos evaluadas, enseguida se presenta una agrupación según coincidencias expresadas por cada una de ellas:

- a) Verificación del discurso público, acceso a la información, apertura de datos, cifras, imágenes de archivos, estadísticas oficiales, publicaciones virales, afirmaciones concretas de políticos y frases para la relevancia social, especialmente de asuntos de interés público, con especial énfasis en política, economía, cultura, medio ambiente y salud como temas prioritarios, usando para ello la monitorización del discurso.
- b) Monitoreos sobre desinformación, análisis del discurso y explicadores para poner en contexto; se cuenta, para ello, con una suma de experiencias colaborativas entre la sociedad civil, la academia, analistas de diversas organizaciones (universidades, observatorios de políticas públicas y *think tanks*).
- c) Desarrollo de verificaciones con base en análisis de hechos y datos, nunca de opiniones y promesas, respetando para ello las buenas prácticas y principios deontológicos que guían a los periodistas de la propia organización.
- d) Realización de acciones de curaduría, *fact-checking*, detector de bulos, noticias falsas o *fake news*, y auditoría del periodismo y de los medios, tanto de noticias en general, información de divulgación científica y de verificación de informes mediante la demanda de transparencia a las instituciones.

- e) Operación bajo las técnicas de investigación periodística, buscando corregir la información y los datos inexactos, además de divulgar y difundir datos correctos.
- f) Ofrecer programas educativos para la formación de estudiantes, periodistas, profesionales de la comunicación, y de la ciudadanía en general, todo ello a través de distintos talleres adaptados a públicos variados, dentro de las bibliotecas, programas formativos especializados en ámbitos académicos profesionales, formación de trabajadores de la administración pública y acercamiento a múltiples universidades.
- g) Almacena y accede a información, *cookies* y datos personales, anuncios e información sobre el público, para desarrollar productos y su localización geográfica.
- h) Analiza y compromete a los candidatos con sus promesas, de tal manera que se mantenga la cercanía con las declaraciones políticas a través del seguimiento de declaraciones y programas de trabajo de los distintos entes del Estado.
- i) Publica informes frecuentes sobre contenido sospechoso compartido en redes sociales, especialmente en Facebook, verificando la autenticidad del contenido compartido en esta red social.
- j) Organización de eventos sobre innovación y programa de televisión semanal sobre *fact-checking*.
- k) Los temas de interés para el análisis de veracidad de contenidos que corresponden a las agencias de *fact-checking* son los siguientes: cultura, entretenimiento, arte, economía, negocios, emprendimientos, finanzas, educación, judiciales y policiales, corrupción, narcotráfico, periodismo, política, salud, sociedad, derechos humanos, género, LGBTQ+, pueblos indígenas, racismo, refugiados, política, economía, ciudad, educación, salud, relaciones internacionales, mujeres y diversidades (mujeres, géneros, diversidad, feminicidios y masculinidades), medios de comunicación, memoria histórica y justicia transicional, así como ambiente, vivienda, niñez y adolescencia, género y municipalidad.

CLASIFICACIÓN DE LAS FORMAS DE FINANCIAMIENTO

Los financiamientos que propician el funcionamiento de las agencias de verificación de hechos son variados y regularmente utilizan dos o tres tipos de los enlistados a continuación:

- a) Fundaciones.
- b) Donaciones abiertas, becas, premios y colaboraciones con otros medios de comunicación.
- c) Trabajo voluntario de personal del periodismo sin afiliación política.
- d) Venta de servicios de capacitación de *fact-checking* a periodistas, estudiantes universitarios y ciudadanía en general.
- e) Asesoría profesional a empresas.
- f) Análisis de información vendida a medios de comunicación.
- g) Venta de proyectos de verificación de datos de terceros usando Facebook para aumentar la autenticidad de las noticias distribuidas en la plataforma.
- h) Venta de publicidad.
- i) Consultorías, producciones audiovisuales y de podcast, comercialización de productos, gestiones editoriales y desarrollo de proyectos de investigación.
- j) Alianzas en proyectos especiales de contenidos periodísticos y venta de servicios de educación en medios, conferencias, charlas, congresos en todos los niveles educativos, incluso programas de posgrado en verificación digital, *fact-checking* y periodismo de datos.
- k) Donantes externos por medio de la elaboración y presentación de propuestas de actividades permanentes de monitoreo, usando para ello indicadores y estándares establecidos.
- l) Campaña de financiamiento colectivo (*crowdfunding*), *mecenasato*, realización de eventos, publicidad en redes programáticas, publicidad de venta directa e investigaciones especiales remuneradas.
- m) Compensaciones, subsidios (*grants*) y subvenciones del Estado o del sector privado.

- n) Funciona como empresa periodística o con un plan de negocios.
- o) Apoyos de diversas organizaciones vinculadas con las redes sociales (Google, Facebook, *International Fact-Checking Network* y el *International Center for Journalists*), organizaciones internacionales (Embajada de los Estados Unidos, Comisión Europea y Unesco), empresas privadas de medios y organizaciones no gubernamentales.
- p) Proyectos de colaboración con observatorios de universidades, de organismos internacionales y grupos editoriales.
- q) Producción de programas para cadenas de *streaming* y televisión como Netflix y HBO.
- r) Pertenencia a alguna empresa privada, regularmente de medio de comunicación.

CONCLUSIONES

El surgimiento de las agencias de verificación de hechos (*fact-checkers*) en Iberoamérica es un hecho reciente, por lo que supone observar diversos procesos de maduración. No obstante, esta clase de servicios de información ha tomado solidez a través de sus actividades y aunque suelen caer en controversia por el origen de sus financiamientos, sus contribuciones pueden aportar distintos modos para combatir la desinformación, sólo que de forma demasiado parcial en comparación con la inmensa cantidad de contenidos que se generan.

El análisis presentado aquí, no sólo permitió conocer un panorama iberoamericano en relación con los servicios disponibles hacia la verificación de hechos, sino que además permite derivar dos aspectos importantes para las disciplinas relacionadas con las ciencias de la información: (1) la estrecha relación observada entre la comunicación y la información de forma transdisciplinar; y (2) el valor que se da a los procesos formativos en alfabetización informacional, mediática y digital como medios de formación ciudadana para contribuir de raíz a la conciencia en el uso responsable de la información que se difunde a través de medios electrónicos.

REFERENCIAS

- Addy, Jamie M. 2020. "The Art of the Real: Fact Checking as Information Literacy Instruction". *Reference Services Review*, 48 (1): 19-31. <https://doi.org/10.1108/RSR-09-2019-0067>.
- Almansa-Martínez, Ana, María Jesús Fernández-Torres, y Leticia Rodríguez-Fernández. 2022. "Desinformación en España un año después de la COVID-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita". *Revista Latina de Comunicación Social*, 80: 183-200. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1538>.
- Al-Rawi, Ahmed, y Abdelrahman Fakida. 2021. "The Methodological Challenges of Studying 'Fake News'". *Journalism Practice*: 1-20. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981147>.
- Amazeen, Michelle A. 2015. "Revisiting the Epistemology of Fact-Checking". *Critical Review*, 27 (1): 1-22. <https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>.
- Argüñano, José Luis y Udane Goikoetxea-Bilbao. 2021. "El rol de *fact-checkers* de los *influencers* españoles de la alimentación en Instagram". *Comunicación y Medios*, 30 (44): 14-27. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2021.64567>.
- Baker, Stephanie Alice. 2022. "Alt. Health Influencers: How Wellness Culture and Web Culture Have Been Weaponised to Promote Conspiracy Theories and Far-Right Extremism During the COVID-19 Pandemic". *European Journal of Cultural Studies*, 25 (1): 3-24. <https://doi.org/10.1177/13675494211062623>.
- Caridad-Sebastián, Mercedes, Ana-María Morales-García, Sara Martínez-Cardama y Fátima García-López. 2018. "Infomediación y posverdad: El papel de las bibliotecas". *Profesional de la Información*, 27 (4): 891-898. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.17>.

- Chequer, Dominic. 2020. "Whose Telos? A Rhetorical Materialization of the Globalist Bloc". *International Journal of Interdisciplinary Global Studies*, 14 (4): 13-27. <https://doi.org/10.18848/2324-755X/CGP/v14i04/13-27>.
- Chia, Stella C., Fangcao Lu y Albert C. Gunther. 2022. "Who Fact-Checks and Does It Matter? Examining the Antecedents and Consequences of Audience Fact-Checking Behaviour in Hong Kong". *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612221142439>.
- Collins, Botambu, Dihn Tuyen Hoang, Ngoc Thanh Nguyen, y Dosam Hwang. 2020. "Fake News Types and Detection Models on Social Media: A State-of-the-Art Survey". *Communications in Computer and Information Science*, 1178: 562-573. https://doi.org/10.1007/978-981-15-3380-8_49.
- Dan, Viorela. 2021. "Von Fehlinformationen Lernen". *Publizistik*, 66: 277-294. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00667-y>.
- Danann, Emmanuel. 2023. "Medios kirchneristas contra Danann, El Presto y Agustín Laje" [Video]. YouTube. <https://youtu.be/CjbbhzVPBI8>.
- Dickey, Colin. 2019. "The Rise and Fall of Facts". *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/special_report/rise-and-fall-of-fact-checking.php.
- El Picalibro. 2020. "Las fake news son una fake: Un error llamado 'fake news'" [Video]. YouTube. <https://youtu.be/YB1VCTqE7Dk>.
- Flamino, James, Alessandro Galeazzi, Stuart Feldman, Michel W. Macy, Brendan Cross, Zhenkun Zhou, Matteo Serafino, Alexandre Bovet, Hernán A. Makse y Boleslaw K. Szymanski. 2023. "Political Polarization of News Media and Influencers on Twitter in the 2016 and 2020 US Presidential Elections". *Nature Human Behaviour*. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01550-8>.

- Frau-Meigs, Divina. 2022. "How Disinformation Reshaped the Relationship Between Journalism and Media and Information Literacy (MIL): Old and New Perspectives Revisited". *Digital Journalism*, 10 (5): 912-922. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>.
- Gelfert, Axel. 2021. "Fake News, False Beliefs, and the Fallible Art of Knowledge Maintenance". En *The Epistemology of Fake News*, editado por Sven Bernecker, Amy K. Flowerree y Thomas Grundmann, 310-333. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198863977.003.0015>.
- Graves, Lucas y Alexios Mantzarlis. 2020. "Amid Political Spin and Online Misinformation, Fact Checking Adapts". *The Political Quarterly*, 91 (3): 585-591. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12896>.
- Guarino, Stefano, Noemi Trino, Alessandro Chessa y Gianni Riotta. 2020. "Beyond Fact-Checking: Network Analysis Tools for Monitoring Disinformation in Social Media". *Studies in Computational Intelligence*, 881: 436-447. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36687-2_36.
- Hameleers, Michael. 2022. "Separating Truth From Lies: Comparing the Effects of News Media Literacy Interventions and Fact-Checkers in Response to Political Misinformation in the US and Netherlands". *Information, Communication and Society*, 25 (1): 110-126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1764603>.
- Herrero, Esperanza y Susana Herrera-Damas. 2021. "El *fact-checking* hispanohablante: Competencias, dificultades y propuestas de mejora desde la perspectiva de sus profesionales". *Profesional de la Información*, 30 (6), e300612. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.12>.
- Herrero-Diz, Paula, Marta Pérez-Escolar y David Varona Aramburu. 2022. "Competencias de verificación de contenidos: una propuesta para los estudios de comunicación". *Revista de Comunicación*, 21 (1): 231-249. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A12>.

- Himma-Kadakas, Marju e Indrek Ojamets. 2022. “Debunking False Information: Investigating Journalists’ Fact-Checking Skills”. *Digital Journalism*, 10 (5): 866-887. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043173>.
- International Fact-Checking Network. 2023. *Verifies Signatories of the IFCN Code of Principles*. Poynter Institute. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>.
- Juneja, Prerna y Tanushree Mitra. 2022. “Human and Technological Infrastructures of Fact-Checking”. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6: 1-36. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3555143>.
- Kim, Bumsoo y Nicholas R. Buzzelli. 2022. “The Logics of Fact-Checking Website Operations”. *Digital Journalism*: 1-24. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2089707>.
- Kumar, Anoop. 2022. “Fact-Checking Methodology and its Transparency: What Indian Fact-Checking Websites Have to Say?”. *Journalism Practice*: 1-20. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2098520>.
- Laje, Agustín. 2022. *La batalla cultural: Reflexiones críticas para una nueva derecha*. Harper Collins.
- Laje, A. 2023. *Generación idiota: Una crítica al adolescentismo*. Harper Collins.
- Leduc, Chechu [El laberinto]. 2023a. *¿La izquierda siempre tiene la razón! ¿En serio?* [Video]. YouTube. https://youtu.be/Sb8_uiE9ZTk.
- Leduc, C. [El laberinto]. 2023b. *¿Todo son bulos o fake news! ¿En serio?* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/pIbule8elWE>.
- Lien, Cai Hui, James Lee y Edson C. Tandoc Jr. 2022. “Facing Fakes: Understanding Tech Platforms’ Responses to Online Falsehoods”. *Digital Journalism*, 10 (5): 761-780. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1982398>.

- Lim, Chloe. 2018. "Checking How Fact-Checkers Check". *Research and Politics*, 5 (3): 1-7. <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>.
- Masferrer, Aniceto. 2023. "The Decline of Freedom of Expression and Social Vulnerability in Western Democracy". *International Journal for the Semiotics of Law*. <https://doi.org/10.1007/s11196-023-09990-1>.
- Mattes, Kyle y David P. Redlawsk. 2020. "Voluntary Exposure to Political Fact Checks". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97 (4): 913-935. <https://doi.org/10.1177/1077699020923603>
- Míguez-González, María Isabel, Alberto Dafonte-Gómez y Javier Abuín-Penas. 2023. "Fact-checkers iberoamericanos en Instagram: análisis de los posts con mayor interacción". *Cuadernos.info*, 55: 137-161. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.58031>.
- Moreno-Gil, Victoria, Xavier Ramon-Vegas y Ruth Rodríguez-Martínez. 2021. "Fact-Checking Interventions as Counteroffensives to Disinformation Growth: Standards, Values and Practices in Latin America and Spain". *Media and Communication*, 9 (1): 251-263. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3443>.
- Moreno-Gil, Victoria, Xavier Ramon-Vegas y Marcel Mauri-Ríos. 2022. "Bringing Journalism Back to its Roots: Examining Fact-Checking Practices, Methods, and Challenges in the Mediterranean Context". *Profesional de la Información*, 31 (2), e310215. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.15>.
- Nieminen, Sakari y Valteri Sankari. 2021. "Checking Politics Fact's Fact-Checks". *Journalism Studies*, 22 (3): 358-378. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1873818>.
- Noain Sánchez, Amaya. 2021. "Desinformación y COVID-19: Análisis cuantitativo a través de los bulos desmentidos en Latinoamérica y España". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (3): 879-892. <https://doi.org/10.5209/esmp.72874>.

- Nygren, Thomas, Mona Guath, Carl-Anton Werner Axelson y Divina Frau-Meigs. 2021. "Combatting Visual Fake News With a Professional Fact-Checking Tool in Education in France, Romania, Spain and Sweden". *Information*, 12 (5): 201. <https://doi.org/10.3390/info12050201>.
- Ozerturk, Saltuk. 2022. "Media Access, Bias and Public Opinion". *European Economic Review*, 147, 104161. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2022.104161>.
- Ramírez-Leyva, Elsa Margarita. 2016. "Encouraging Reading for Pleasure and the Comprehensive Training for Readers". *Investigación Bibliotecológica*, 30 (69): 93-116. <https://doi.org/10.1016/j.ibbai.2016.10.018>.
- Robertson, Craig T., Rachel R. Mourão y Esther Thorson. 2020. "Who Uses Fact-Checking Sites? The Impact of Demographics, Political Antecedents, and Media Use on Fact-Checking Site Awareness, Attitudes, and Behavior". *The International Journal of Press/Politics*, 25 (2): 217-237. <https://doi.org/10.1177/1940161219898055>.
- Rodríguez Rodríguez, Jorge Miguel y Fernando López Pan. 2020. "El *fact checking* en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26 (3): 1045-1065. <https://doi.org/10.5209/esmp.65246>.
- Rodríguez-Pérez, Carlos. 2021. "Desinformación *online* y *fact-checking* en entornos de polarización social". *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (2): 623-637. <https://doi.org/10.5209/esmp.68433>.
- Rodríguez-Pérez, Carlos, Taís Seibt, Raúl Magallón-Rosa, Francisco Javier Paniagua-Rojano y Sonia Chacón-Peinado. 2022. "Purposes, Principles, and Difficulties of Fact-Checking in Ibero-America: Journalists' Perceptions". *Journalism Practice*: 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2124434>.

- Rodríguez-Virgili, Jordi, Javier Serrano-Puche y Carmen Beatriz Fernández. 2021. "Digital Disinformation and Preventive Actions: Perceptions of Users from Argentina, Chile, and Spain". *Media and Communication*, 9 (1): 323-337. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3521>.
- Rogan, Joe [PowerfulJRE]. 2023. *Michio Kaku on Quantum Computing and ai Chat-Bots* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/cqefo5DwA2I>.
- Ruffo, Giancarlo y Alfonso Semeraro. 2022. "FakeNews-Lab: Experimental Study on Biases and Pitfalls Preventing us From Distinguishing True from False News". *Future Internet*, 14 (10): 283. <https://doi.org/10.3390/fi14100283>.
- Sidorenko Bautista, Pavel, Nadia Alonso López y Fabio Giacomelli. 2021. "Espacios de verificación en TikTok. Comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación". *Revista Latina de Comunicación Social*, 79: 87-113. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1522>.
- Singer, Jane B. 2021. "Border Patrol: The Rise and Role of Fact-Checkers and their Challenge to Journalists' Normative Boundaries". *Journalism*, 22 (8): 1929-1946. <https://doi.org/10.1177/1464884920933137>.
- Stensen, Steen, Valerie Belair-Gagnon, Lucas Graves, Bente Kalsnes y Oscar Westlund. 2022. "Journalism and Source Criticism. Revised Approaches to Assessing Truth-Claims". *Journalism Studies*, 23 (16): 2119-2137. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2140446>.
- Tsang, Nathan L. T., Mengzhe Feng y Francis L. F. Lee. 2022. "How Fact-Checkers Delimit their Scope of Practices and Use Sources: Comparing Professional and Partisan Practitioners". *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849221100862>.

- Tuñón Navarro, Jorge, Álvaro Oleart y Luis Bouza García. 2019. "Actores europeos y desinformación: La disputa entre el *factchecking*, las agendas alternativas y la geopolítica". *Revista de Comunicación*, 18 (2): 245-260. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A12>.
- 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, María-Cruz Negreira-Rey y Xosé López-García. 2023. "Misinformation on Trial: Media Coverage of a Murder, Public Conversation and Fact-Checking". *Journalism Practice*: 1-23. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2164328>.
- Vinhas, Otávio y Marco Bastos. 2022. "Fact-Checking Misinformation: Eight Notes on Consensus Reality". *Journalism Studies*, 23 (4): 448-468. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2031259>.
- Wardle, Claire y Hossein Derakhshan. 2017. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe.
- Young, Dannagal G., Kathleen Hall Jamieson, Shannon Poulsen y Abigail Golding. 2017. "Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95 (1): 1-27. <https://doi.org/10.1177/1077699017710453>.

ANEXO. LISTADO DE VERIFICADORES DE HECHOS (FACT-CHECKERS) EN IBEROAMÉRICA

País	Agencia, año de fundación y ligas	Principales actividades	Financiamiento
Argentina	Chequeado* (2010), https://chequeado.com/ https://es.wikipedia.org/wiki/Chequeado	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación del discurso político, acceso a la información y la apertura de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación internacional, donaciones personales, venta de espacios publicitarios, venta de servicios.
Bolivia	Bolivia Verifica (desconocido, registra información desde 2019), https://boliviaverifica.bo/	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de noticias, verificación del discurso político, monitores sobre desinformación y verificación de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fundaciones privadas y venta de servicios.
Brasil	Aos Fatos* (2015), https://www.aosfatos.org/ https://pt.wikipedia.org/wiki/Aos_Fatos Agência Lupa* (2012), https://lupa.uol.com.br/ https://fundaciongabo.org/es/keywords/agencia-lupa	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación del discurso político. • Investigación periodística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Funciona como empresa. • Funciona como empresa, venta de servicios educativos y venta de proyectos.
Chile	Fast Check.cl* (2021), https://www.fastcheck.cl/ Mala Espina Check* Subgrupo Lupa Constitucional (2020), https://www.malaespinacheck.cl/	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de contenidos y discursos de la vida pública y privada, periodismo de investigación y periodismo de datos. • Combate la desinformación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Funciona como empresa y venta de proyectos. • Funciona como empresa.
Colombia	Colombia Check* (2016), https://colombiacheck.com/	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación periodística, verificación de hechos, verificación de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación internacional.

Caracterización de los verificadores de hechos...

País	Agencia, año de fundación y ligas	Principales actividades	Financiamiento
Ecuador	<p>Ecuador Chequea (información no disponible), https://ecuadorchequea.com/</p> <p>EFE Verifica* (2019), https://verifica.efe.com/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación del discurso político, análisis de información falsa en internet, investigación periodística. • Combate a la desinformación, análisis de información falsa en internet, verificación de hechos, verificación de datos. • Verificación de hechos, verificación de bulos y producción de programas de televisión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Donaciones, venta de proyectos, cooperación internacional y venta de servicios educativos. • Aportaciones estatales (subvenciones) y donaciones. • Funciona como una empresa y venta de servicios educativos.
España	<p>Newtral* (2019), https://www.newtral.es/</p> <p>Verificat* (2019), https://www.verificat.cat/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Combate a la desinformación, análisis de información falsa en internet, alfabetización mediática, verificación de hechos, verificación de datos, combate a la desinformación, alfabetización mediática en contextos sociales y universitarios. • Análisis de información falsa en internet, análisis de memes, verificación de hechos, alfabetización mediática, verificación de bulos y noticias falsas o <i>fake news</i>, verificación del discurso político, verificación de información de divulgación científica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Donaciones, aportaciones estatales (subvenciones) y venta de proyectos. • Donaciones y venta de proyectos. • Funciona como empresa, donaciones, venta de proyectos y venta de servicios educativos.
Guatemala	<p>Maldita.es (2014), dividida en: Maldita Hemeroteca, Maldita Ciencia y Maldito Bulo. https://maldita.es/malditobulo/</p> <p>Fáctica – Agencia Ocoote (2019), https://www.agenciaocote.com/qui-somos/#ocote</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Curaduría de información, verificación de hechos, verificador de bulos, auditoría del periodismo y los medios, periodismo de diálogo con las artes y las ciencias sociales, investigación periodística, periodismo colaborativo y periodismo sonoro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Donaciones y venta de proyectos. • Funciona como empresa, donaciones, venta de proyectos y venta de servicios educativos.

País	Agencia, año de fundación y ligas	Principales actividades	Financiamiento
México	<p>Animal Político – El Sabueso* (2010), https://www.animalpolitico.com/verificacion-de-hechos</p> <p>Verificado (información no disponible), https://verificado.com.mx/</p>	<p>• Periodismo de datos, verificación del discurso político, verificación de datos y cifras, análisis de frases relevantes en la vida nacional.</p> <p>Periodismo de investigación, verificación de datos, verificación del discurso político, perfiles públicos y medios de comunicación.</p>	<p>• Donaciones, venta de proyectos y venta de servicios.</p> <p>Venta de servicios educativos.</p>
Perú	<p>Verificador de la República* (2019), https://larepublica.pe/verificador</p>	<p>Almacenamiento y acceso a la información, cookies y datos personales, anuncios, contenido e información sobre el público, publicaciones virales y verificación del discurso político.</p>	<p>Funciona como empresa y venta de servicios.</p>
Portugal	<p>Poligrafo* (2018), https://poligrafo.sapo.pt/</p> <p>Observador (2019), https://observador.pt/seccao/observador/fact-check/</p>	<p>Verificación del discurso político y líderes de opinión, y verificación de hechos.</p> <p>Verificación de hechos, elaboración de informes sobre contenido sospechoso en las redes sociales.</p>	<p>Funciona como empresa, venta de servicios y venta de proyectos.</p> <p>Venta de servicios y donaciones.</p>
República Dominicana	<p>PolétikaRD (2019), https://poletikard.com/</p> <p>Cotejo.Info (2016), https://cotejo.info/</p>	<p>Verificación del discurso político, vigilar, analizar e incidir sobre las propuestas de candidaturas presidenciales.</p> <p>Verificación de hechos provenientes de funcionarios, actores sociales y políticos, y alfabetización mediática.</p>	<p>Venta de servicios y donaciones.</p> <p>Venta de servicios, venta de proyectos y venta de servicios educativos.</p>
Venezuela	<p>Efecto Cocuyo o Cocuyo Chequea (2015), https://efectococuyo.com/category/cocuyo-chequea/</p> <p>https://es.wikipedia.org/wiki/Efecto_Cocuyo</p>	<p>Luchar contra la censura y la violación de los derechos humanos, alfabetización mediática, verificación de hechos.</p>	<p>Venta de servicios, venta de proyectos, venta de servicios educativos y aportaciones estatales (subvenciones).</p>

Fuente: * Organizaciones reconocidas por la International Fact-Checking Network (2023). El resto fueron identificadas en las siguientes fuentes: Míguez-González *et al.* 2023; Moreno-Gil *et al.* 2021; Herrero-Diz *et al.* 2022.

Información y crisis. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información/UNAM. La edición consta de 100 ejemplares. Coordinación editorial, Sergio Sepúlveda; revisión especializada, Marcos Emilio Bustos Flores; revisión de pruebas, Carlos Ceballos Sosa y Marcos Emilio Bustos Flores; formación, Ojiva Comunicación y Diseño. Fue impreso en los talleres de MIGAL impresiones digitales S.A.de C.V., 3er Anillo de Circunvalación No. 73 Col. Barrio Santa Bárbara, Alcaldía Iztapalapa, C. P. 09000, CDMX. Se terminó de imprimir en marzo de 2024.