

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

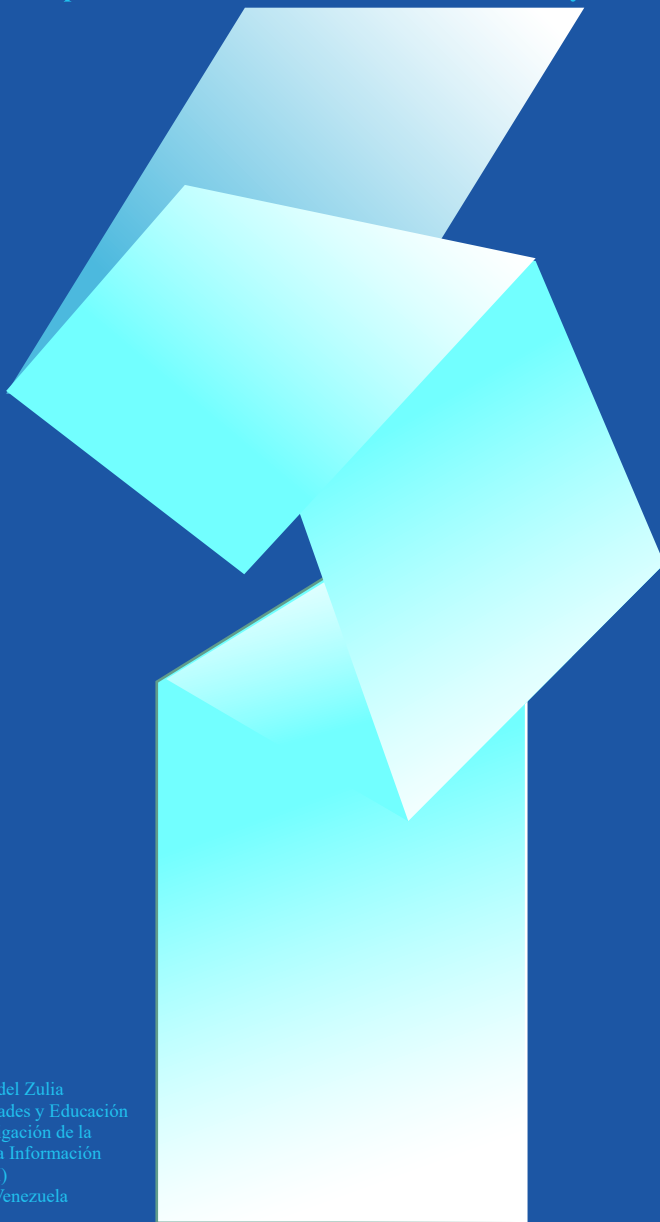
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



Contra las *fake news*: Análisis comparativo de Verificado 2018 y Verificovid en México

Raul Anthony Olmedo Neri¹

Resumen

Se analizan los proyectos de Verificado 2018 y Verificovid en México con el objetivo de identificar sus estrategias para contrarrestar las noticias falsas difundidas en plataformas sociodigitales. Para ello se construye un marco teórico alrededor de la crisis del periodismo y la posverdad que se acrecienta con Internet. Además, se emplea el análisis comparativo para identificar características y diferencias dentro de su funcionamiento.

Entre los resultados se destaca que ambos proyectos emergen en contextos donde la incertidumbre y la saturación de información contribuyen a la propagación de *fake news*. Además, ambos proyectos tienen experiencias comunes por lo que el empleo del *fact-checking* se desarrolla a partir de sus posibilidades y los retos informativos a los que se enfrentan. Finalmente, estos proyectos son un ejemplo de los campos ampliados del periodismo en el siglo XXI.

Palabras clave: posverdad, *fact-checking*, periodismo, noticias falsas.

Recibido: Julio 2022 – Aceptado: Agosto 2022

- 1 Profesor en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Circuito Mario de la Cueva S/N, Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán, México D.F., C.P. 04510. Correo: raul.olmedo@politicas.unam.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5318-0170>



Against fake news: Comparative analysis of Verificado 2018 and Verificovid in Mexico

Abstract

The Verificado 2018 and Verificovid projects in Mexico are analyzed with the aim of identifying their strategies to counter false news spread on socio-digital platforms. For this, a theoretical framework is built around the crisis of journalism and the post-truth that increases with the Internet. In addition, comparative analysis is used to identify characteristics and differences within its operation.

Among the results, it is highlighted that both projects emerge in contexts where uncertainty and information saturation contribute to the spread of fake news. In addition, both projects have common experiences, so the use of fact-checking is developed based on its possibilities and the information challenges they face. Ultimately, these projects are an example of the expanded fields of journalism in the 21st century.

Keywords: post-truth, fact-checking, journalism, fake news

1. Introducción

Debido a la cantidad de cargos públicos a renovar en México mediante la elección popular en 2018, además del uso de mecanismos de interacción en los procesos de contienda, se crearon y difundieron noticias falsas en Internet sobre los candidatos, sus trayectorias y propuestas; aunque algunas no tenían claro su origen, otras más fueron creadas por los diferentes contendientes que, mediante los debates, propuestas o contenidos de campaña tergiversaron datos, contextos y hechos que generaron un contexto de incertidumbre sobre quién decía la verdad y qué se entendía por esta (Vázquez, 2018).

Por su parte, durante los primeros meses de 2020 se dieron en México dos hechos importantes relacionados con la pandemia. Por un lado, se generó una incertidumbre mediática dada la urgencia de periodistas, medios y usuarios por tener la noticia sobre el primer fallecido por la COVID-19 en el país; la necesidad de tener la noticia derivó en un conjunto de afirmaciones/cuestionamientos entre medios y periodistas, así como de aclaraciones por parte de las instituciones gubernamentales (Reuters Staff, 2020).

Por otro lado, en abril de ese mismo año se identificó que México se había convertido en el segundo país a nivel mundial, solo detrás Turquía, con la mayor generación de noticias falsas referentes a la pandemia, su origen y las estrategias para evitar el contagio o reducir los síntomas (Redacción AN, 2020).

Aunque aparentemente distantes y ajenos, los hechos aquí retomados en realidad se desarrollan en un mismo contexto caracterizado por la alta demanda de información, por la falta de noticias veraces y oportunas, así como por la difusión de noticias falsas que satisfacían las necesidades informativas de la población ante estas situaciones.

Estos dos contextos permiten mostrar de manera indirecta la crisis en la que se encuentra el periodismo actual y de qué manera las transformaciones del ecosistema mediático por la incorporación de las plataformas sociodigitales contribuyen a la incertidumbre. Además de esto, ambas situaciones se vuelven útiles para la posverdad, en tanto contexto, y a las noticias falsas en tanto producto; por ello la creación de proyectos como Verificado 2018 y Verificovid, que realizan *fact-checking* sobre las noticias falsas difundidas en México, adquieren relevancia y vigencia en la investigación social.

De esta manera, el objetivo de este trabajo es analizar estos dos proyectos mexicanos para identificar las similitudes y diferencias en cuanto a las estrategias empleadas frente a las *fake news*. En este sentido, se construye un marco teórico alrededor de los efectos directos e indirectos que generan las noticias falsas sobre el periodismo y sus profesionistas, pero también aquellas implicaciones de la incorporación de las plataformas sociodigitales en el ecosistema mediático. Posteriormente, se delimitan las unidades de análisis que forman parte de la metodología comparativa empleada y, finalmente, se discuten los hallazgos como parte de un proceso de aprendizaje y experiencia para afrontar la posverdad y las noticias falsas en contextos de incertidumbre.

2. Marco Teórico

Hablar de la crisis en el periodismo implica reconocer que dicha situación es parte de un proceso más amplio. McChesney (2015) llama a ese proceso coyuntura crítica, la cual se desarrolla cuando se cumplen al menos dos de las siguientes condiciones: 1) la existencia de una nueva tecnología de la comunicación que socave el sistema mediático, 2) que se dé una desacreditación y deslegitimación del periodismo, y 3) que

exista una crisis política importante. La existencia de una innovación tecnológica como Internet y las plataformas sociodigitales, sumada a la sistemática desacreditación del periodismo y la progresiva deslegitimación de periodistas, contribuye directamente al punto de inflexión en el que se encuentra el sistema mediático actual.

Internet, las plataformas sociodigitales y los dispositivos celulares contribuyen a la crisis del periodismo porque dan la posibilidad no solo a que haya un exponencial crecimiento de información a través de la creación de blogs y páginas web, sino que implica la posibilidad de que cualquier persona con un dispositivo tecnológico pueda imitar el ejercicio periodístico sin tener la formación profesional ni conocer los principios éticos o las reglas sobre la construcción del producto informativo (Fowks, 2017).

De hecho, la incursión de nuevos intermediarios en la producción y difusión de contenido informativo genera cambios particulares en su producción, ya que la mayoría del contenido en Internet está fuera de los procesos, de las estructuras y jerarquías que sustentan al periodismo contemporáneo (Hermida, 2018). Así, “hoy, quien se conecta a Internet se expone a una anarquía de información en la que ya no hay posibilidad alguna de control: el conocimiento útil y la paranoia florecen en pacífica armonía” (Bolz, 2006: 86). De esta manera, los nuevos canales, los usuarios y la pluralidad de fuentes desvanecen el privilegio de comunicar y descentralizan la relevancia de los medios de comunicación masiva y periodistas, ya que la reticularidad digital amplía las fuentes, voces e interpretaciones (Olmedo Neri, 2020).

Este cambio cuantitativo sobre el ecosistema mediático tiene implicaciones cualitativas en la producción de información, ya que “en este contexto de renovada complejidad, asistimos a la erosión del papel del agente mediador del periodismo” (Meneses Rocha, 2013: 164). Dicho deterioro se presenta tanto en la reproducción de las afirmaciones de los candidatos por los medios y periodistas sin corroborar su veracidad, como el caos mediático derivado de la falta de certeza sobre el primer fallecido por COVID-19: estos hechos muestran cómo los principios básicos que sustentan la producción de información (credibilidad, veracidad y verificación de fuentes) se erosionan ante la inmediatez de su presentación en la esfera digital. Pero además de ello, la proliferación de desinformación e incertidumbre por los medios y periodistas contribuye al deterioro del contrato fiduciario, esto es “el acuerdo tácito entre el lector y el medio por el que el lector confía en la credibilidad del medio” (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019: 229).

Así, la urgencia por la primicia no solo deriva de la competencia entre los conglomerados mediáticos, sino que contribuye a que medios de comunicación y periodistas dejen de ser referentes confiables para la ciudadanía en la opinión pública. Esto, sumado a la pluralidad caótica de voces en Internet, socava el modelo de negocio de la información ya que la atención en un contexto donde prolifera la saturación de contenido se vuelve un bien escaso por el que se compite de manera permanente. Se concreta pues, una economía de la atención donde tanto la inmediatez de la información, como la interactividad con el contenido merman los principios de veracidad y verificación, afectando así la confianza en los medios y la credibilidad de las y los periodistas (Amorós García, 2018).

De esta forma, con Internet “los medios informativos luchan desesperadamente por mantener la atención de su audiencia a partir de lo novedoso, lo extraordinario, y tienen que hacerlo antes que nadie para ganar protagonismo y diferenciarse de la competencia” (Torrado, Romera y Gómez, 2011: 97-98). Esta disputa por la atención y la búsqueda de la rentabilidad económica de los medios promueve la necesidad por ‘ser el primero’ en cuanto a la difusión de información. No obstante, esta necesidad producida por la pluralidad conlleva “como consecuencia una mayor cantidad de noticias no confirmadas o falsas, y ha golpeado uno de los principios básicos del periodismo: la verificación de la información” (Fowks, 2017: 18). Así, este contexto demuestra sus efectos negativos no solo en la cantidad de información, sino en la calidad de esta. Por ello es posible confirmar que “la convergencia se expresa en la subordinación de la investigación periodística frente a la inmediatez” (Meneses Rocha, 2013: 176).

Además de diezmar los principios éticos y profesionales en la producción de la información, la creciente cantidad de productores de información promueve la desacreditación de los medios y la deslegitimación de las y los periodistas. Es la horizontalidad usuario-usuario y el alcance del contenido en el espacio público lo que contribuye a la crisis del periodismo, ya que en el imaginario social contemporáneo se genera la falsa idea de que el/la periodista ya no es necesario dada la potencial capacidad de imitar su función social y comunicativa con Internet y los dispositivos tecnológicos multimedia.

A pesar de ello, la función de quien ejerce el periodismo no se reduce ni limita a esta parte del complejo entramado de funciones que cumple en la sociedad. Estas funciones entran en crisis por aquellos imitadores que no conocen los factores inherentes en la producción informativa, por lo que tienden a prescindir de la confiabilidad de los datos, la verificación de

las fuentes, la objetividad en la creación de un producto informativo y la ética de informar. Estos elementos llegan a desarrollarse no por el ejercicio periodístico, sino que se adquieren en la formación periodística.

Así, contrario a la idea de democracia informativa que se arguye con Internet y sus derivados, en realidad se observa que esta ampliación informativa e interpretativa refleja “un exceso de estímulos que tienen la apariencia de información, pero frente los cuales cada uno de nosotros ha de decidir si los considera como tal o no” (Innerarity, 2011: 20). Por ende, el desplazamiento de la formación de periodistas y su función en la sociedad se ha vuelto un factor que promueve indirectamente la sociedad del desconocimiento.

Desde este punto de vista, la crisis del sistema mediático y del periodismo no solo se debe al crecimiento de fuentes e interpretaciones, sino a la abundancia de contenido que promueve una sociedad de aparente conocimiento, pero de real desconocimiento. Esta permanente dicotomía se fundamenta en “la paradoja que acompaña a este escenario, lleno de información apabullante y de gran diversidad de fuentes, en la que no necesariamente se está mejor informado” (Meneses Rocha, 2013: 173). De esta manera, en la sociedad del (des)conocimiento “tal vez la expresión es libre, pero yo soy menos libre que antes: ya no consigo saber lo que quiero; el espacio está tan saturado y tan grande por la presión de todos lo que se quieren hacer oír” (Baudrillard, 1988: 195).

Por ende, la pluralidad de fuentes y la inmediatez como nuevo principio en la producción de información genera un campo fértil para ya no solo democratizar el abastecimiento de la opinión pública, sino para la circulación de notificaciones falsas que pueden confundir y persuadir al receptor poniendo en cuestionamiento a gobiernos, instituciones, medios e incluso la propia realidad.

Aunque el término *posverdad* se empleó por primera vez dentro del contexto de la Guerra del Golfo y su vinculación con la política, se ha ido fortaleciendo con el paso del tiempo (Rodríguez-Ferrándiz, 2019), también es cierto que posee una relación estrecha con las noticias falsas. De hecho, “la posverdad está relacionada con las llamadas *fake news*: se alimenta de las noticias falsas y de la distorsión de la realidad” (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019: 226). Aunque las noticias falsas siempre han estado presentes en la sociedad (Fernández Poncela, 2020), con Internet y las plataformas sociodigitales las *fake news* adquieren un rol problemático para las sociedades contemporáneas: los formatos en que se presentan, los

medios que las difunden y los efectos de su acelerado y superficial consumo en contextos de incertidumbre son elementos que complejizan su análisis en el espacio digital. Así,

"Con la tecnología se llega a una mayor población. Se diseminan ideas sin ningún juicio de valor o análisis crítico; somos presa de un laberinto de mentiras y hay poca confianza en la información. Se cree en esas mentiras como verdades, sin conocer el origen o la veracidad de los acontecimientos (...)" (Hernández Flores, 2018: 124)

En este orden de ideas, las nuevas fuentes de información y sus difusores tienen la posibilidad contingente de ser pseudomedios, los cuales "han extinguido la frontera entre información, opinión e ideología" (Del-Fresno-García, 2019: 6). A partir de lo anterior, si la posverdad es la distorsión deliberada de la realidad, entonces las noticias falsas son la materialización del beneficio que motiva dicha tergiversación. Por tanto, la incertidumbre generada por estos dos elementos, además de la creciente desconfianza en medios de comunicación, periodistas e instituciones, afianza la crisis en el periodismo y en el contrato fiduciario (Amorós García, 2018).

Si la pluralidad de las fuentes y la abundancia de información en el espacio digital se convierten en elementos contextuales y operativos que fortalecen la posverdad y las noticias falsas, entonces son los periodistas y los medios quienes pueden restablecer su función social a través de emergentes procesos para enfrentar estas situaciones. Los proyectos nacidos de periodistas, medios de comunicación y sociedad civil intentan reducir la incertidumbre en la que prolifera la posverdad y las noticias falsas.

A nivel internacional existen iniciativas que emplean y mejoran el *fact-checking* (Bandrés Goldáraz, Badillo Mendoza y Ramón Antón, 2018). Este concepto se utiliza para referir a "la evaluación sistemática de la veracidad de las aseveraciones de políticos y de información noticiosa que tenga impacto en la opinión pública" (Galarza-Molina, 2020b: 43), por lo que su uso frente a las noticias falsas permite identificar la descontextualización de los datos o su esencia apócrifa, para así crear contenido que las contrarreste. En el caso de México, se tienen como proyectos creados para hacer frente a las noticias falsas en un contexto de incertidumbre a Verificado 19s, Verificado 2018 y más recientemente Verificovid.

Cada uno de ellos respondió a una situación de incertidumbre particular: el terremoto en el centro del país y sus consecuencias en cuanto a la identificación del número de personas desaparecidas o fallecidas; la cantidad discursos e información para desacreditar a los políticos en procesos

electorales, así como la falta de información sobre la pandemia y las medidas para curar el COVID-19, son situaciones que incrementaron la demanda de información veraz cuando esta era escasa, por lo que se generaron contextos propicios para la producción y difusión de noticias falsas que aprovecharon estas circunstancias.

De este modo, Verificado 2018 y Verificovid son proyectos que surgen, pues, tanto de la abundancia de noticias falsas como del contingente peligro de los medios en caer en la difusión de este contenido como resultado de la economía de la atención. Es por ello que analizar estos proyectos resulta factible para reconocer sus estrategias en cuanto al uso de las plataformas sociodigitales, sus interfaces y la reticularidad de sus flujos informativos. A través de esto, es posible reconocer sus similitudes y diferencias en el proceso de construcción y difusión de noticias veraces y oportunas.

3. Metodología

Para cumplir con el objetivo de esta investigación se emplea el método comparativo (Nohlen, 2020). Los estudios en este campo reconocen tres corrientes predominantes: los estudios históricos, el análisis estadístico y los estudios cualitativos (Tonon, 2011); este último resulta factible de acuerdo con el objetivo que guía esta investigación. El análisis comparado en los estudios cualitativos contribuye a reconocer en los casos seleccionados “la conexión entre la información recogida en un sistema determinado y observaciones semejantes pertenecientes a otros sistemas” (Villaruel, 2001, p. 99). Por ello, este análisis comparativo no solo abona a dicha corriente, sino que identifica, compara y analiza los casos seleccionados para discutir las semejanzas de los contextos en los que surgen y los objetivos que enmarcan su acción.

De esta manera, la selección de Verificado 2018 y Verificovid responde, entre otros criterios, a que son iniciativas desarrolladas en México, aparecen en contextos de incertidumbre y comparten la finalidad de evaluar y contrarrestar las *fake news* que se generan ante la demanda creciente de información veraz, verificada y oportuna.

Para el análisis comparativo entre estos dos casos, se han definido las siguientes unidades de análisis: contexto de incertidumbre, carencia informativa a satisfacer, formación y estructura de la iniciativa, así como la operación y producción de contenido. A partir de ellas es posible delimitar los elementos de descripción y análisis, así como como centrar el abordaje en

los procesos de producción de información verificada. Con estas unidades de análisis es posible asumir que “el proceso de comparación no sólo consiste en decir las semejanzas y diferencias entre los temas comparados, sino en describir, identificar y explicar a los sujetos comparados” (Mancera Cota, 2008: 229).

En este sentido, la recolección de información se dio a través de los sitios web de ambos proyectos, así como sus respectivos perfiles en *Facebook* y *Twitter*. Con los datos obtenidos se construyó la descripción de cada caso, para posteriormente hacer una discusión general a partir de dichas unidades de análisis. A través de esta metodología no solo se reconocen las diferencias y similitudes entre ambos proyectos, sino que de manera paralela se hace una construcción documental de cada proyecto; esto permite reafirmar lo encontrado en investigaciones previas que han realizado casos de estudio sobre estos proyectos (Magallón Rosa, 2019; Galarza-Molina, 2020a).

3.1 Verificado 2018

La relevancia política de las elecciones llevadas a cabo en México durante 2018 es, quizás, uno de los factores más importantes que mostraron la necesidad de hacer frente a las noticias falsas. Junto a la elección presidencial de México, la ciudadanía ejerció su voto para elegir a 128 senadores, 500 diputados, así como gobernadores en 30 de los 32 estados del país (Magallón Rosa, 2019).

Verificado 2018 se consolidó como un proyecto que atendió el periodo de campaña estipulado por el Instituto Nacional Electoral (INE). Aunque algunas investigaciones mencionan que la verificación de información se dio del 29 de marzo al 27 de junio de 2018 (Magallón Rosa, 2019), en la página oficial y de Facebook de este proyecto se indica que su última publicación fue el 9 de julio de 2018, haciendo alusión al término del periodo electoral, dado que para esa fecha ya se habían confirmado los datos sobre la jornada electoral.

Aunque este proyecto fue una iniciativa de medios de comunicación como Animal Político, AJ+ Español y *PopUp*, quienes son mencionados en el perfil de *Twitter* de Verificado 2018, los periodistas involucrados tienen un antecedente común para hacer frente a las noticias falsas (Magallón Rosa, 2019): es el ejercicio realizado con Verificado 19s, proyecto que surge ante la proliferación de noticias falsas en plataformas sociodigitales sobre los daños ocasionados por el sismo de magnitud 7.1 el 19 de septiembre de

2017, lo que sienta las bases para pensar en la importancia de la verificación de la información en contextos complejos y de incertidumbre en México.

Posteriormente, se sumaron más de 80 medios de comunicación a Verificado 2018, lo que permitió un mayor alcance informativo y una mayor capacidad para emplear el *fact-checking* como método de identificación de noticias falsas y su correspondiente verificación (Galarza- Molina, 2020a). Así, el objetivo principal de Verificado 2018 radicó en combatir las noticias falsas, revisar el discurso de los candidatos y generar contenido que sirviera para explicar las diferentes etapas del proceso electoral (Forbes Staff, 2018). Este objetivo está delimitado por el contexto de incertidumbre política, lo que centra sus actividades en la atención de la carencia de información verificada durante este periodo político-electoral.

Aunque el proyecto contó con una diversidad de medios que trabajaban en él, lo cierto es que ninguno se volvió el eje de difusión, por el contrario, se creó una página oficial y los perfiles en Facebook y Twitter con el nombre del proyecto para definir desde, el inicio, su identidad libre de intensiones más allá de las establecidas. Esto fue muy útil para su lógica de operación ya que:

"Cada noche las verificaciones del día se enviaban a los socios del proyecto y a la mañana siguiente todos publicaban la información al mismo tiempo y en Verificado.mx, que se convirtió en la plataforma de referencia para comprobar si una información era verdadera" (Magallón Rosa, 2019: 242).

A nivel de alcance mediático, Verificado 2018 tuvo un amplio espectro de difusión, los cuales se presentan en la siguiente tabla.

Figura 1. Alcance de plataformas de Verificado 2018			
Plataforma sociodigital	Seguidores	Personas que sigue	Observaciones
Facebook	191,625	NA	Posee 183,090 "me gusta".
Twitter	167,100	365	Posee 3,198 tuits.

Fuente: Elaboración de propia con datos de perfiles al 11 de marzo de 2022.

Además de estas plataformas, Verificado 2018 empleó como medio de difusión el uso de *WhatsApp* para enviar los contenidos generados para hacer frente a las noticias falsas. Esta dinámica es importante porque hace que la población se suscriba para recibir información que pueda difundir de

manera rápida entre sus redes sociales, familiares y de amistad. Así, “al final de la campaña electoral habían contabilizado más de 18.000 mensajes que habían recibido a través de WhatsApp² para su comprobación (alcanzaron los 10.000 suscriptores)” (Magallón, Rosa, 2019: 243).

De acuerdo con su lógica de operación, Verificado 2018 estableció categorías sobre los diferentes tipos de información que analizaba: falso, engañoso, no se puede probar y verdadero. Estas categorías son útiles porque muestran los diferentes matices que existen entre la información verdadera y la falsa como extremos del ejercicio periodístico.

Por otro lado, las acciones realizadas de este proyecto no solo se limitaron a la verificación de la información, sino que también se realizó toda una producción multimedia de dichas verificaciones para llegar a la mayor cantidad de personas posibles. De esta manera, “la intención era, sirviéndose de distintos lenguajes y recursos narrativos, crear una comunidad que les ayudara a difundir sus comprobaciones” (Magallón Rosa, 2019: 242).

Finalmente, resulta relevante mencionar que el contenido producido y difundido por Verificado 2018 ha generado al menos dos grandes percepciones por parte de los usuarios: por un lado, se aprueba el objetivo y práctica de esta iniciativa mientras que otro sector cuestiona la fiabilidad de dicho proyecto por los medios, a veces contradictorios, que integraron dicha iniciativa (Galarza-Molina, 2020b).

3.2. Verificovid

De acuerdo con la entrevista realizada a Citlalli Dunne, Verificovid inició formalmente actividades el 13 de marzo de 2020, esto es, 13 días después de que se diera a conocer de manera pública el primer caso de COVID-19 en México (Redacción Web Express, 2020). Por lo anterior, Verificovid no solo sustenta su creación en la lucha contra las noticias falsas que circulan intencionalmente alrededor de la pandemia, sino que pretende reducir la incertidumbre informativa y la crisis individual-colectiva que genera una situación extraordinaria de carácter global. De esta manera, los integrantes del proyecto comenzaron a trabajar para hacer frente a este contexto mediante el *fact-checking*: la verificación de las fuentes y de la propia información. Los integrantes de esta iniciativa son profesionales (periodistas, diseñadoras y

2 Este es un modelo relevante, ya que pretende atacar las cadenas de textos y audios apócrifos que en esta aplicación se difunden de manera rápida y que al ser reenviados se desvanece la posibilidad de reconocer su origen y autoría.

médicos) que cruzaron camino en Verificado 19s, y que ante esa experiencia previeron que la proliferación de noticias falsas durante la pandemia no sería la excepción.

Cada uno de los integrantes ha tenido diferentes desarrollos profesionales, pero algunos de ellos forman parte de Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) como Fósforo, SocialTIC y ZonaDocs (Verificovid, 2021). Cada organización desarrolla diferentes actividades: Fósforo es una agencia de publicidad para ONG's (Verificovid, 2021); SocialTIC (2022) se enfoca a la promoción de la tecnología e información con fines sociales; y ZonaDocs (2022) es una ONG de periodismo con una línea editorial alrededor de los derechos humanos. A pesar de las aparentes diferencias profesionales todos ellos comparten un mismo interés: generar información verificada para contrarrestar la desinformación ante un contexto de incertidumbre sanitaria.

Así, este proyecto se fijó dos objetivos principales: por un lado, monitorear las noticias falsas en plataformas sociodigitales y verificarlas con los médicos integrantes del proyecto; y por otro lado, se planeó la difusión de las buenas prácticas en el comportamiento de las personas para disminuir el contagio (Verificovid, 2022). El despliegue informativo de cobertura y verificación se sitúa en cuatro plataformas sociodigitales: Facebook, Twitter, Instagram y *WhatsApp*³ A la par de estas, tiene presencia en *Telegram* y en *Spotify* donde difunden su contenido (audio)visual. Además, posee su propia página web desde la cual surge la información y los resultados del monitoreo y, de igual forma, se replican sus productos en cada una de las plataformas que posee Verificovid. En cada una de estas plataformas poseen diferentes cantidades de seguidores, mismas que se presentan en la siguiente tabla.

Figura 2. Alcance de Verificovid por plataforma			
Plataforma sociodigital	Seguidores	Personas que sigue	Observaciones
<i>Facebook</i>	26,950	NA	25,291 “me gusta”
<i>Twitter</i>	64,624	6	1,032 tuits
<i>Instagram</i>	12,485	0	788 publicaciones
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de cada perfil al 11 de marzo de 2022			

3 Verificovid, al igual que Verificado 2018, posee un número de teléfono celular por el cual las personas pueden suscribirse para recibir en *WhatsApp* tanto la nota de audio, como el texto sin necesidad de revisar los perfiles o la página principal.

Dentro de las estrategias de información, Verificovid desarrolla sus productos informativos en multiformato, es decir, que el resultado de verificación de información y difusión de las buenas prácticas se producen en texto, audio e infografías que fluyen en Internet de forma transmedia.

Así, desde el inicio de sus actividades han generado 395 notas de audio con duración entre los dos y siete minutos, así como 64 textos breves en formato imagen que muestran los elementos más relevantes de sus monitoreos.⁴ Además de esto, el equipo de Verificovid ha generado 59 infografías clasificadas en cinco grandes rubros que evidencian el tipo de información que circula en México alrededor de la pandemia. La siguiente tabla desglosa esta información.

Figura 3. Tipos de infografía de acuerdo con tipo de información		
Rubro	Descripción	N° de páginas
Información falsa	Aquel contenido que desinforma y, por ende, que no tiene fuentes verificables o fidedignas.	43 ⁵
Información verificada	Contenido verificado por el proyecto y que es verdadero.	9
Fuera de contexto	Información que al estar descontextualizada “no puede considerarse como cierta”.	3
Inconcluso	Esta información “no cuenta con la suficiente evidencia para ser considerada como verdad”.	3
Peligroso	Aquella información que puede generar un peligro para la población que la considere verdadera.	1
Total		59
Fuente: Elaboración propia a partir de la información del sitio web de Verificovid		

Toda esta estrategia de producción y distribución de información verificada ha dado atención a los más diversos temas de los que se han generado *fake news*: desde desmentir las teorías conspiratorias y el propio cuestionamiento a la existencia de la COVID-19, pasando por desmentir la información alrededor de la proliferación de remedios caseros para ser

4 Datos identificados al 11 de marzo de 2022.

5 Aquí se encuentran dos audios que están catalogados como falsos y peligrosos.

inmunes o incluso eliminar el coronavirus⁶, hasta los más recientes intentos que ponen en duda la efectividad y finalidad de la estrategia de vacunación implementada en México.

Finalmente, resulta particularmente relevante cómo es que la información de calidad, objetiva y verificada por este proyecto encuentra en sus diferentes perfiles cuestionamiento a través de la desinformación. Pero más interesante es cómo los propios usuarios comienzan a interpelar la desinformación a través de los principios que sustentan todo periodismo ético: la verificación de la información, los datos y la fuente.

Esta interpelación que emana de la confortación de información permite no sólo reducir la incertidumbre sobre una parte de este contexto de incertidumbre, sino que de manera paralela, aunque paulatina y en menor grado, los propios usuarios comienzan a reconocer en la práctica cuáles son los elementos necesarios para discernir entre la información verificada y las noticias falsas.

A partir de la descripción de Verificado 2018 y Verificovid en México es posible reconocer semejanzas que le dan sentido informativo y comunicativo a estos proyectos. Estas características son presentadas en la siguiente tabla.

Contexto de incertidumbre	Elecciones políticas	Pandemia COVID-19	Estos contextos se caracterizan por la incertidumbre y la alta demanda de información por parte de la sociedad.
Carencia informativa por satisfacer	Opiniones y datos falsos presentados por medios y actores políticos.	Opiniones y datos falsos presentados por páginas no oficiales o en Internet.	En ambos casos las noticias falsas están presentes con diferente contenido: uno político y el otro sanitario.

6 El caso más relevante de desinformación es aquella que indica la ingesta de Dióxido de Cloro como un remedio que elimina el coronavirus, pero que hasta el momento ninguna autoridad ha recomendado su uso dado que no está comprobado científicamente su efectividad (Caso, 2021).

Formación y estructura de iniciativa	Conformada por medios de comunicación tradicionales, periodistas y expertos. Su estructura es independiente a dichos medios. Posee una página web y perfiles de la propia iniciativa y ellos son la base para la difusión de la información verificada.	Conformada por organizaciones civiles, periodistas y médicos. La estructura de la iniciativa es independiente a la de sus participantes. Se posee una página web y perfiles propios que son la base para la difusión de la información verificada.	En ambos casos existe un canal rector del que se despliega la información verificada hacia los demás medios y fuentes.
Operación	Usan el <i>fact-checking</i> como metodología para verificar la información. Cada iniciativa ha derivado en la producción de información en diferentes formatos para contrarrestar las noticias falsas. Además, han empleado las lógicas operativas de diferentes plataformas sociodigitales (como <i>WhatsApp</i>) donde la identificación del origen de la información resulta complicada.		

Productos/ lógicas desarrolladas	Ambos proyectos producen contenido en diferentes formatos para difundirlos de manera transmedia. Infografías, audios, GIF's, imágenes y videos son ejemplos de ese contenido verificado despliegan por sus plataformas sociodigitales.	Resulta importante destacar que ambos proyectos establecieron un canal en <i>WhatsApp</i> para difundir su información a las personas suscriptoras. En el caso de Verificovid amplió sus canales al utilizar <i>Telegram</i> y <i>Spotify</i> y con ello incrementar el alcance de su contenido
Fuente: Elaboración propia		

En términos generales se puede reconocer que entre las semejanzas más importantes se encuentra la presencia de medios y periodistas dentro de las iniciativas; además, ambos proyectos mencionan la experiencia de Verificado 19s como un antecedente común para fortalecer metodologías y en su caso, establecer vínculos que después serían utilizados para Verificado 2018 y Verificovid.

Lo anterior es relevante porque Verificado 19s, Verificado 2018 y Verificovid presentan contextos de incertidumbre distintos y, sin embargo, los tres ejemplos materializan el mismo objetivo: hacer frente a las imprecisiones contenidas en las noticias falsas que aprovechan la alta demanda de información por parte de la sociedad para viralizarse. Por ello, la necesidad de contextualizar el surgimiento de este tipo de ejercicios de verificación informativa resulta relevante para reconocer las ventajas y retos que suponen.

Finalmente, resulta importante reconocer que existen afinidades metodológicas para verificar la información y difundir su trabajo de análisis: las categorías para clasificar la información permiten entrever que, a pesar de las diferencias temporales y de contexto, el monitoreo, verificación y creación de contenido para difundir sus hallazgos de manera transmedia se vuelven las mejores formas para contrarrestar las *fake news*. En otras palabras, mediante su trabajo, los propios proyectos van construyendo una credibilidad que les permite apostar por una confianza y certeza dentro de la incertidumbre que caracteriza a la sociedad actual.

4. Discusión

Si bien la posverdad y las noticias falsas contribuyen a la crisis del periodismo, periodistas y medios de comunicación, también es cierto que su presencia puede ser una oportunidad para (re)conocer el valor del contrato fiduciario entre ellos y la ciudadanía. Algunas investigaciones sugieren que, ante “la era de la posverdad, el periodismo no puede renunciar a la ética de la responsabilidad porque puede ser una herida mortal al valor de su discurso mediático o informativo” (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019: 234). Por ello, aquellos proyectos que surgen de la confluencia de medios, periodistas y sociedad civil pueden ayudar a restablecer, y en su caso fortalecer, el contrato fiduciario que ha sido deteriorado por la crisis de la incertidumbre y la creciente economía de la atención en el campo de la información.

Así, Verificado 19s, Verificado 2018 y Verificovid son ejemplos que contribuyen a la certidumbre informativa mediante contenido objetivo, oportuno y veraz. La generación en México de proyectos informativos que emplean el *fact-checking* como metodología en sus funciones es parte de una tendencia internacional que da cuenta de la necesidad por hacer frente a las noticias falsas y con ello a la posverdad en la actualidad. En el caso latinoamericano, los primeros proyectos que emplearon el *fact-checking* se encuentran en Argentina, Chile, Costa Rica y Colombia (Rodríguez-Hidalgo, 2019; Zommer, 2020); de manera temporal se observa que el proyecto Chequeado inició en Argentina en 2010, mientras que los demás comenzaron a tener presencia desde 2013; todos ellos iniciaron sus actividades sobre el campo de la información política en contextos cotidianos o electorales.

En México, aunque en las elecciones de 2012 se hicieron presentes los *bots* (Magallón Rosa, 2019), el terremoto de 2017 y la consecuente proliferación de noticias falsa abrieron el camino para pensar en las acciones presentes y futuras alrededor de la desinformación en un contexto intervenido por la tecnología e Internet. De allí que para las elecciones de 2018 no solo se reconoció a nuevos actores en el proceso de comunicación política, sino que también la brecha de acceso a Internet se redujo y se contaba ya con una experiencia previa que permitió una organización bajo un proyecto como lo fue Verificado 2018.

En los diferentes proyectos existe la presencia de medios, organizaciones y académicos que contribuyen a desarrollar estrategias para hacer frente a las noticias falsas. Todo esto permite observar que la verificación de la información y el desmantelamiento de las noticias falsas se convierte en “una función primordial para los profesionales de la comunicación del

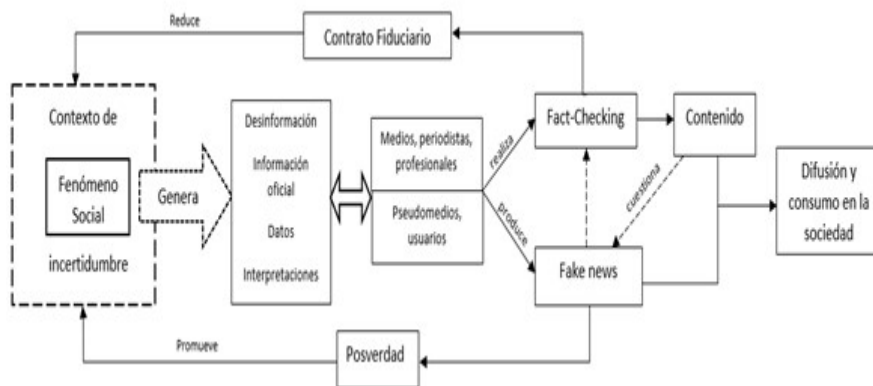
presente (y del futuro)” (Bandrés Goldáraz, Badillo Mendoza y Ramón Antón, 2018: 166).

El hecho de que Verificado 2018 y Verificovid hayan decidido crear perfiles en plataformas sociodigitales y sitios web propios responde a la creación de una imagen objetiva y clara para los usuarios en Internet: que no responden a intereses particulares más que aquellos que se profesan en el periodismo asediado por la inmediatez y la economía de la atención. La relevancia de Verificado 2018 y Verificovid es que emplean los procesos fundamentales del periodismo respecto a la producción de la información. De allí que actualmente el periodista refuerce y renueve su función social y comunicativa a partir del contexto generado por Internet y las plataformas sociodigitales porque “la labor del periodista a la hora de filtrar, jerarquizar y simplificar esa ingente cantidad de datos que circula por la red es más importante que nunca” (Curiel, 2015: 166).

Así, la imitación de sus funciones por usuarios o pseudomedios no trasciende ni desplaza al periodista en la sociedad contemporánea. Por el contrario, ante la apabullante producción y distribución de información de diversa índole y con diferentes intenciones, el profesional formado en y desde el periodismo se vuelve imprescindible para no sólo encontrar la verdad, sino reconocerla dentro de las emociones, intenciones e informaciones que se difunden a través de Internet.

De esta manera y a partir de lo encontrado en esta investigación se propone el siguiente modelo que pone énfasis en las relaciones generadas entre los medios, su crisis, la posverdad y las noticias falsas.

Figura 5. Modelo sobre noticias falsas y fact-checking



Fuente: Elaboración propia

El contexto de incertidumbre no solo se fortalece con la posverdad, sino que también contribuye a la crisis del contrato fiduciario en la sociedad; la participación de nuevos intermediarios en la opinión pública bifurca el contenido entre aquél que pasa por el *fact-checking* y las noticias falsas que pueden ser objetos de análisis mediante este método. Cuando esto último sucede, como en el caso de Verificado 2018 y Verificovid, entonces no solo se genera contenido verificado, sino que también se cuestionan las noticias falsas y a la par, los usuarios aprenden sobre la marcha cómo identificar las *fake news* para no difundirlas e incluso cuestionarlas con el contenido creado por estos proyectos de información verificada.

Este proceso permite potenciar el impacto de su contenido dentro de la opinión pública y de manera directa fortalece el contrato fiduciario y reduce la incertidumbre. Futuras investigaciones pueden contribuir a esta propuesta mediante los hallazgos en estudios de caso localizados en contextos de incertidumbre a nivel local o nacional. En este sentido, aunque los contextos de incertidumbre fueron diferentes en los dos casos analizados, no fue así la lógica de aparición de noticias falsas: su proliferación alrededor de la incertidumbre que provoca el contexto hace que adquieran una potencial función viral. Ante la falta de certeza, la información que se vincula con las emociones e interpretaciones de los usuarios adquiere un carácter de mayor confianza derivada de la afinidad ideológica, más que de la propia realidad.

Finalmente, el *fact-checking* se consolida como una metodología que permite darle un nuevo valor de uso a la información generada por los medios y los periodistas. No obstante, su éxito descansa en al menos dos elementos: por un lado, el uso estratégico de Internet, las plataformas sociodigitales y de sus lógicas operativas, es decir, el reconocimiento de estos nuevos canales y sus principios, en cuanto a la creación y difusión de contenido (Manovich, 2006), adquiere relevancia para hacer frente a la viralización de las noticias falsas.

Por otro lado, esta metodología en la actualidad “puede ser más efectiva que el periodismo tradicional para refutar aseveraciones falsas y, por lo tanto, tener un impacto en la confianza del público en los medios” (Galarza-Molina, 2020b: 44), por lo que su uso es una adecuación de los procesos tradicionales del periodismo en tiempos de incertidumbre, inmediatez y saturación informativa. Es necesario, pues, que los periodistas presentes y futuros incluyan en su formación educativa y práctica conocimientos operativos que les permitan aplicar esta metodología dentro y fuera de Internet.

5. Conclusión

El objetivo de este trabajo fue reconstruir el desarrollo de dos casos particulares que han surgido en México derivado de contextos relevantes en el ámbito político y sanitario. Estos contextos se caracterizan, entre otras cosas, por la ingente cantidad de noticias falsas que se difunden entre la población en un tiempo relativamente corto.

De esta manera, las noticias falsas lejos de contribuir a la reducción de la incertidumbre la incrementan, polarizando interpretaciones y contribuyendo a la posverdad. Ante este escenario de saturación informativa, los periodistas tienen un papel medular en la diferenciación y verificación de la información que se difunde en Internet. Su relevancia social y comunicativa los vuelve elementos necesarios no solo para alcanzar una sociedad transparente y democrática, sino también para reducir la incertidumbre ante contextos donde el desconocimiento permea de manera profunda.

Verificado 2018 y Verificovid son experiencias que dan cuenta de las formas y caminos que se pueden desarrollar para hacer frente a las noticias falsas. Su trabajo durante estos contextos de incertidumbre contribuye al reconocimiento de credibilidad y confianza, fortaleciendo su imagen ante

la ciudadanía y dando cuenta de la necesidad de no compartir información sin verificar.

No cabe duda de que estos dos casos en el contexto mexicano suponen los primeros intentos por atender la actual crisis que enfrenta el periodismo y los medios dentro de la convergencia digital. Ante un contexto que apremia la inmediatez, dedicar tiempo a la información y sus fuentes se vuelve una acción de resistencia y de ética en una profesión tan relevante para la sociedad contemporánea como lo es el periodista.

6. Referencias bibliográficas

- Amorós García, M. (2018). *Fake News*. Las verdades de las noticias falsas. Barcelona: Plataforma Actual.
- Baudrillard, J. (1988). El éxtasis de la comunicación. En H. Foster (Coord.) *La posmodernidad* (pp. 187-197). Barcelona: Kairós.
- Bandrés Goldáraz, E.; Badillo Mendoza, M. E. y Ramón Antón, R. (2018) Noticias falsas, manipulación informativa e infopolución. En C. M. Lazo (Ed.) *Calidad informativa en la era de la digitalización: fundamentos profesionales VS infopolución* (pp. 157-171). España: Dykinson.
- Bolz, N. (2006). *Comunicación mundial*. Buenos Aires: Katz.
- Caso, D. (23 de enero de 2021). Ojo aquí: Estos son los riesgos de tomar dióxido de cloro como tratamiento contra el COVID-19, *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/salud/ojo-aqui-estos-son-los-riesgos-de-tomar-dioxido-de-cloro-como-tratamiento-contr-el-covid-19/>, [fecha de consulta: 3 de marzo de 2022].
- Curiel, E. (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico, *Transinformação*, 27(2), 2015, 165-171.
- Del-Fresno-García, M. (2019). Desórdenes informativo: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad, *El Profesional de la Información*, 28(3), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Fernández Poncela, A. M. (2020). Infodemia: rumores, *fake news*, mitos, Sintaxis, (Número Espacial), 35-55. <https://doi.org/10.36105/stx.2020edespcovid-19.02>

- Forbes Staff (9 de julio de 2018). Hasta Luego. Hoy cierra Verificado 2018, Forbes. <https://www.forbes.com.mx/hasta-luego-hoy-cierra-verificado-2018/> [fecha de consulta: 23 de febrero de 2022].
- Fowks, J. (2017). Mecanismos de la posverdad. Lima: Fondo de Cultura Económica.
- Galarza-Molina, R. A. (2020a). *Fact-checking* en el periodismo mexicano: Análisis de la experiencia Verificado 2018. *Convergencia*, (27), 1-21.
- Galarza-Molina, R. A. (2020b). *Fact-checking* en México. Análisis de la percepción del público de Verificado 2018, *Revista Mexicana de Opinión Pública*,(29), 41-53. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2020.29.70352>
- Hermida, A.(2018). Social Media and Journalism. En J. Burgess; A. Marwick y T. Poell, (Eds.) *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 197-211). Londres: SAGE Publications.
- Hernández Flores, J. J. (2018). Actuación ética para orientar la sociedad, inmersa en un laberinto de posverdades. En. E. Morales Campos (Coord.) *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información* (pp. 111-132). México: IIS.
- Innerarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento. Por una sociedad inteligente*, Barcelona: Paidós.
- Magallón Rosa, R. (2019). Verificado México 2018. Desinformación y Fact-Checking en campaña electoral, *Revista de Comunicación*, 18(1), 234-258.
- Mancera Cota, A. (2008). Consideraciones durante el proceso comparativo, *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, (121), 219-243. <http://dx.doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2008.121.3963>
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- McChesney, R. (2015). *Desconexión digital. Cómo el capitalismo está poniendo a Internet en contra de la democracia*. España: El Viejo Topo, Barcelona.
- Meneses Rocha, M. E. (2013). Convergencia en la industria periodística mexicana. Algo más que la reconversión tecnológica. En D. Crovi (Coord.), *Industrias culturales en México* (pp. 164-180). México: Tintable.

- Nohlen, D. (2020). El método comparativo. En H. Sánchez de la Barquera y Arroyo, (Ed.) *Antologías para el estudio y la enseñanza de la Ciencia Política* (pp. 41-57). México: UNAM-IIIJ.
- Olmedo Neri, R. A. (2020). La comunicación en la posmodernidad: cambio en el sujeto, campo y medio, *Iberoamérica Social. Revista Red de Estudios Sociales*, (14), 157-172.
- Redacción AN. (23 de abril de 2022). México, segundo país con mayor generación de noticias falsas de Covid-19, *Aristegui Noticias*. <https://aristeguinoticias.com/2304/mexico/mexico-segundo-pais-con-mayor-generacion-de-noticias-falsas-de-covid-19/>. [fecha de consulta: 10 de enero de 2022].
- Redacción Web Express (4 de mayo de 2020). Surge "Verificovid" contra fake news sobre coronavirus, *Web Express*. <https://www.expreso.com.mx/seccion/mexico/179635-surge-verificovid-contra-fake-news-sobre-coronavirus.html> [fecha de consulta: 20 de enero de 2022].
- Reuters Staff (18 de marzo de 2020). México desmiente reportes sobre primera muerte por coronavirus en el país, *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/salud-coronavirus-mexico-fallecimiento-idLTAKBN2130GA> [fecha de consulta: 15 de enero de 2022].
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *El Profesional de la Información*, 28(2), 1-14. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- Rodríguez-Hidalgo, C. (19 de abril de 2019). América Latina: iniciativas de *fact-checking*, alternativas frente a las *fake news*. Blog Oficial Comunicar. América Latina: Iniciativas de *fact-checking*, alternativas frente a las *fake news* – Blog de la Revista Comunicar . [fecha de consulta: 18 de agosto de 2022].
- Rodrigo-Alsina, M. y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad, *Cuadernos Info*, (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- SocialTIC (4 de abril de 2021). ¿Quiénes somos?, *SocialTIC*. <https://socialtic.org/>, [fecha de consulta: 1 de marzo de 2022].
- Tonon, G. (2011). La utilización del método comparativo en estudios cualitativos en ciencia política y ciencias sociales: diseño y desarrollo de una tesis doctoral. *KAIROS. Revista de Temas Sociales*. 15 (27), 1-12.

- Torrado, S.; Romera, C. y Gómez, B. (2011). Mentiras desbocadas, medios de comunicación, internet y marketing viral, *Vivat Academia*, (115), 95-112. <http://dx.doi.org/10.15178/va.2011.115.95-118>
- Vázquez, R. (15 de marzo de 2018). Verificado 2018, la respuesta a las fake news, *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/verificado-2018-la-respuesta-a-las-fake-news/> [fecha de consulta: 20 de febrero de 2022].
- Verificovid (4 de abril de 2021). ¿Quiénes somos?, Verificovid. <https://verificovid.mx/quienes-somos/> [fecha de consulta: 1 de marzo de 2022].
- Villarroel, G. (2001). El método comparativo: entre complejidad y generalización, *Revista Venezolana de Ciencia Política*, 97-120.
- Zommer, L. (2020). El boom del *fact checking* en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- ZonaDocs (4 de abril de 2021). ¿Quiénes somos y cuál es nuestra línea editorial?, *ZonaDocs Periodismo en Resistencia*. <https://www.zonadocs.mx/2019/03/17/quienes-somos/>, [fecha de consulta: 1 de marzo de 2022].