

Revisión

Las **FAKE NEWS** y las **estrategias** **de verificación** del discurso público: Caso Ecuador Chequea

Gustavo Cusot
gcusot@usfq.edu.ec

Isabel Palacios
icpalacios@asig.com.ec

Recibido: 21 de mayo de 2019 | **Aceptado:** 1 de octubre de 2019

DOI: <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1558>

Referencia de este artículo:

Cusot, G. & Palacios, I. (2019). Las fake news y las estrategias de verificación del discurso público: Caso Ecuador Chequea. *#PerDebate, volumen 3* (pp. 88-107). Quito: USFQ Press.

Gustavo Cusot es comunicador y asesor en comunicación de empresas en Argentina, España, EE. UU. y Ecuador. Es doctor por la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación (UNIACC), Chile. Ponente y profesor en diversas cumbres, conferencias académicas y universidades del mundo. Es vicedecano del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la USFQ.

Isabel Palacios es consultora de comunicación organizacional. Tiene una maestría en *marketing* digital y comercio electrónico por la Universidad Internacional de La Rioja, España, y un diplomado en responsabilidad social empresarial por el Tecnológico de Monterrey.



Resumen

En la actualidad, las personas tienen libre acceso a la información y viven paralelamente la era de la desinformación, que parece tomar una mala posesión del periodismo. Las nuevas tecnologías también sirven para difundir noticias falsas alrededor del mundo y a una velocidad vertiginosa, en donde cualquier contenido con apariencia de noticia verificada es capaz de generar un alto nivel de impacto en la sociedad. Luce contradictorio admitir que la sociedad del conocimiento y la desinformación habitan en una misma era; sin embargo, en este artículo se aclara esta paradoja. Ante esta problemática, se fundó Ecuador Chequea, un portal de *fact-checking*, que busca desmantelar noticias falsas y revelar al público información corroborada. En este artículo se estudia este portal, se muestran estrategias de verificación del discurso público y se pone en evidencia acontecimientos importantes de *fake news* que han generado gran impacto a escala nacional e internacional. Es una investigación cualitativa basada en entrevistas con el editor general de Ecuador Chequea.

Palabras clave

Fake news, fact-checking, Ecuador Chequea, Caso Posorja, medios digitales

Fake news and public speech verification strategies: Case of Ecuador Chequea

Abstract

At present, people have free access to information and live in parallel the era of misinformation, which seems to take a bad possession of journalism. The new technologies also served to spread false news around the world and at a dizzying speed, where any content with the appearance of verified news is capable of generating a high level of impact on society. It seems contradictory to admit that the knowledge society and misinformation inhabit the same era; however, this article clarifies this paradox. Faced with this problem, Ecuador Chequea was founded, a 'fact checking' portal, which seeks to dismantle false news and reveal corroborated information to the public. In this article, this portal is studied, public speech verification strategies are shown, and important fake news events that have generated great impact at national and international level are highlighted. It is a qualitative research based on interviews with the general editor of Ecuador Chequea.

Keywords

Fake news, fact-checking, Ecuador Chequea, Posorja Case, digital media

Introducción

Con la revolución digital, hoy nos encontramos en la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento y, al mismo tiempo, en el *boom* de la desinformación promovido por las *fake news*. Antes de abordar dicho fenómeno, al exponer cómo Internet y los medios digitales son impulsores de este, es necesario aclarar la diferencia que existe entre sociedad de la información y sociedad del conocimiento. La sociedad de la información hace referencia a los usuarios como agentes receptores del sistema comunicacional, mientras que en la sociedad del conocimiento el usuario se ve impulsado por el sentido crítico y la capacidad de discernimiento para saber seleccionar la información, validarla, y evaluarla como relevante, práctica, veraz y pertinente. “Se puede decir que la construcción del conocimiento es en realidad un proceso de *elaboración*, en el sentido de que se selecciona, organiza y transforma la información que se recibe de muy diversas fuentes, estableciendo relaciones entre dicha información y las ideas o conocimientos previos.” (Carvajal, 2015, párr. 7). En este sentido, la sociedad del conocimiento abarca las transformaciones de la sociedad moderna, y exige a esta adaptarse a los cambios que conlleva el desarrollo global y tecnológico.

Acceder a información no significa necesariamente procesar conocimiento. La era de la información ha creado un fenómeno: las noticias falsas, que afecta y dificulta el trabajo de los periodistas.
Créditos: Shutterstock



Dentro de ese contexto, la desinformación se instaura no como un fenómeno nuevo, pues noticias falsas han existido desde tiempos inmemorables; pero sí con gran poder, difusión e impacto inmedible a través de los medios sociales digitales. En este sentido, la generalización de acceso a Internet por medio de diversos dispositivos tecnológicos ha marcado un hito en la desinformación. Esto ha significado un impulso para la creación de agrupaciones organizadas que generan noticias falsas para el público, sea este específico o general. Los motivos que mueven a estas organizaciones a generar este tipo de contenido son de interés económico, pues las noticias sensacionalistas o no verdaderas generan gran audiencia que a su vez se traduce en monetización del contenido (*clickbait*); interés político, ya que una noticia falsa con un alto impacto puede atender a un partido o gobierno, e incluso manipular resultados electorales; e interés social, que genera desestabilidad en la población o promueve algún comportamiento o filosofía (Pérez, Alcolea y Nogales, 2018, p. 267). Por esta razón, es importante asignar una consideración relevante a dicho fenómeno para estudiarlo y, sobre todo, revelar cuáles son las técnicas más utilizadas para hacer frente a esta problemática que impide a los ciudadanos mantener un acercamiento hacia la veracidad de la noticia.

Ante esa situación que afecta a la credibilidad y el ejercicio periodístico, se han creado organizaciones que buscan generar una fuente de vigilancia; tal es el caso de la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (en adelante, Fundamedios), una organización que nació en el 2007 con el fin de apoyar a periodistas y medios de comunicación “a través de su red de monitoreo de amenazas a la libertad de expresión y asociación, proyectos, capacitaciones, talleres destinados a la reflexión en torno al oficio periodístico” (Fundamedios, 2019). Frente a la difusión de contenido falso, Fundamedios creó un proyecto llamado Ecuador Chequea. Este fue establecido como un movimiento dedicado a la verificación del discurso público —*fact-checkers*—, mediante un trabajo colaborativo entre la sociedad civil, la academia y el periodismo, que confronta, contrasta y verifica datos para garantizar una noticia transparente a la ciudadanía.

En este artículo se presenta un estudio de caso realizado de primera fuente, con Ecuador Chequea, el cual revela las últimas técnicas manejadas para la verificación de información engañosa, y las herramientas tecnológicas utilizadas para este fin. Posteriormente, se exponen dos casos estudiados por Ecuador Chequea sobre noticias falsas, que tuvieron un gran impacto en la sociedad civil. Se indica cómo se dieron los hechos y las secuelas en los ciudadanos. Pero, antes de presentar dicho estudio, se aborda el rol que desempeñan las redes sociales en el alcance e impacto de las noticias falsas, y se hace mención a ciertas plataformas vigentes creadas para la verificación de contenido engañoso y contrastación de discurso público. Por otro lado, se analiza cómo en el *boom*

de las noticias falsas en medios sociales digitales podemos hablar de vivir en una sociedad del conocimiento. Para ello, será imprescindible clarificar este concepto e investigar cómo este se despliega de las *fake news*.

1. Medios digitales y noticias falsas

Un mal potencial para los ciudadanos es, sin duda, el auge de las noticias falsas (*fake news*). Este término es ampliamente conocido dentro de las disciplinas de la comunicación, principalmente en el periodismo, pues su principal objetivo es la desinformación mediante la creación de mentiras, pero con apariencia de noticias de contenido verificado, para desorientar a los lectores y a la población en general sobre hechos coyunturales de carácter político, comercial o social. “*Fake news* es una expresión a la que tendremos que acostumbrarnos. Una expresión que nos dice que la realidad, en el siglo XXI, se está volviendo falsa” (Illades, 2018, p. 13). Esto indica la urgencia de atender este fenómeno con responsabilidad y criterio, pues la promoción del contenido engañoso no es exclusiva de la política, que de por sí compromete la seguridad de una nación; sino que también incursiona en otros ámbitos que generan secuelas igualmente catastróficas: la salud, la ciencia, entre otros.

Resulta insostenible remontarnos a los orígenes de esta problemática, ya que las noticias falsas existen desde tiempos inmemorables; sin embargo, su nivel de impacto y trascendencia es en la actualidad desmedido por varios factores, uno de ellos es el alcance y uso que se le da a la tecnología y la amplificación de los contenidos de las redes sociales. Desde la primera década del siglo XXI, los cambios que la tecnología y la digitalización han traído consigo, han redefinido de manera drástica la dinámica en la que se moviliza la comunicación. Antes del auge de Internet y los medios sociales, la batuta de la comunicación se concentraba en los grupos de poder y el Estado, y eran estos los que mantenían el control casi absoluto de la información. Sin embargo, a raíz de la aparición y evolución de las redes de comunicación en Internet, todo el contenido informativo —verificado o no— recorre de manera inmediata, en tiempo real y en todas las direcciones, rompiendo por completo la difusión de comunicación tradicional. De este modo, un título de noticia o una simple fotografía engañosa puede recorrer cientos y miles de lectores de todo el mundo con la ayuda de las plataformas de medios sociales digitales. En este sentido, las redes sociales han desempeñado un rol protagónico en la generalización y trascendencia de las noticias falsas.

Con la revolución digital, esas plataformas permiten que la comunicación y todo tipo de información —verificada o no— circule entre los propios usuarios. De esta forma, en el proceso de difusión de comunicación “desaparecen intermediarios, los guardianes de la información que eran los medios tradicionales,

con sus directores y redacciones, y con ellos, todo filtro, comprobación o línea editorial, sustituidos por las referencias de los usuarios o algoritmos de las plataformas de internet.” (Ballesteros, 2018, p. 22). Por eso es importante hacer mención acerca del cambio de paradigma de la comunicación y el papel que el auge tecnológico ha desempeñado en la difusión de noticias falsas.



Las noticias falsas en esencia no son un nuevo fenómeno, pero sí lo es su capacidad de difusión e inmediatez. Créditos: Pixel 2013 vía Pixabay

En este nuevo paradigma, los usuarios de la comunicación —que ya no es vertical ni unidireccional— adquieren un papel protagónico como emisores. La generalización de las TIC ha permitido el acceso a Internet por intermedio de computadores y dispositivos móviles, pasando por el rápido aprendizaje de uso por parte de los usuarios, incluso de personas con experiencia nula en navegación de Internet. Con la incorporación de la web 2.0, Internet dejó de ser un canal estático y centralizado para convertirse en lo que es hoy: “un modelo donde el valor reside en los propios usuarios; son estos quienes crean contenidos e interactúan entre sí.” (Carballar, 2013). El ciudadano, usuario, es un actor proactivo en el proceso de la comunicación horizontal, que de manera autónoma conecta lo local con lo global. Tiene voz propia y un exponencial poder de reproducción y difusión de todo tipo de información, sea para crear noticias o esparcirlas por el mundo. “Mediante la blogósfera y las redes sociales un pequeño grupo e incluso un único ciudadano particular es capaz de difundir información, crear opinión e incluso hacer temblar o ser realmente molesto para corporaciones o gobiernos.” (Berceruelo, 2017, p. 151).

Así, el poder de la comunicación se encuentra en manos de los usuarios, de civiles, de personas con o sin nivel de educación, y son estos quienes deciden qué comparten en su muro social virtual, dependiendo de su nivel de afinidad o impacto del contenido que reciben. En este sentido, los usuarios son receptores de información, y se convierten en emisores según la emoción que haya despertado el contenido, sea engañoso o verificado. Por lo tanto, los usuarios son agentes emocionales de información. Es de considerar que “las noticias falsas, al igual que los estereotipos, pueden apelar a la emoción y este recurso vuelve aún más difícil la posibilidad de identificarlas” (Morduchowicz, 2018, p. 42). La autora relaciona las noticias falsas con los estereotipos argumentando que “ambos se construyen sobre creencias o rumores que circulan en la sociedad, para reafirmarlos y fortalecerlos” (p. 42). Así, los usuarios se dejan llevar por una fotografía o titular tendencioso y lo comparten en su red social, generando un mayor número de visualizaciones y, por ende, divulgación del contenido engañoso.

Ante esa problemática, podría resultar paradójica la era en la que vivimos: la sociedad del conocimiento. Pues en ella, el libre acceso a la educación, por medio de las redes informacionales que Internet brinda, se convierte en un recurso de aporte a la formación de competencias de ciudadanos. Antes de analizar esta paradoja, resulta pertinente diferenciar los conceptos de conocimiento y sociedad de la información.

Uno de los primeros autores en referir el término de *conocimiento*, el sociólogo Daniel Bell, señala que es “una serie de afirmaciones organizadas de hechos o ideas que presentan un juicio razonado o un resultado experimental, que se transmite a los demás mediante algún medio de comunicación en alguna forma sistemática.” (Bell, 1973, p. 175, citado en Castells, 2005, p. 43). Así, Castells aclara que “la información se refiere a los datos que se han organizado y comunicado” (Castells, 2005, p. 43). Por su parte, la Unesco también desarrolla, de manera más concreta y precisa una aclaración entre ambos conceptos, afirmando que “la noción de sociedad de la información se basa en los progresos tecnológicos. En cambio, el concepto de sociedades del conocimiento comprende dimensiones sociales, éticas y políticas mucho más vastas.” (Unesco, 2005, p. 17).

El Informe Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) del año 2005, titulado “Hacia las sociedades del conocimiento”, señala que “las sociedades emergentes no pueden contentarse con ser meros componentes de una sociedad mundial de la información y tendrán que ser sociedades en las que se comparta el conocimiento, a fin de que sigan siendo propicias al desarrollo del ser humano y de la vida” (Unesco, 2005, p. 5). Si bien, como se mencionó, en la sociedad del conocimiento los ciudadanos tienen la virtud de nutrirse del saber para generar

competencias que refuercen su formación y habilidades. Paralelamente, se vive una era de desinformación, en la cual las nuevas tecnologías de la comunicación sirvieron, por un lado, como recurso a nuevos creadores de noticias falsas; y por el otro lado, a usuarios que se dejan convencer de cualquier contenido con apariencia de noticia verificada, y se vuelven difusores de esas noticias falsas. En la actualidad, la desinformación parece tomar mala posesión del periodismo, en la cual un título asumido como verdad tiene un alcance inimaginable, mientras que aquella noticia que desmiente dicho título difundido llega a un número de usuarios considerablemente menor.

Hacia el 2018, los adolescentes “se conectan a un dispositivo menos de cinco minutos después de despertarse. Mandan un promedio de 100 textos por día. Un 80 % duerme con sus celulares. Un 45 % no se desconecta nunca. Y utilizan un promedio de cuatro pantallas al mismo tiempo”. (Morduchowicz, 2018, p. 56). El último informe, “Global Digital Report 2018” desarrollado por Hootsuite y We are social —empresas cuya misión se encuentra involucrada con las plataformas sociales digitales—, reveló que en 2018 el número de usuarios en Internet fue de **4021 millones**, teniendo un incremento de un 7 % anual; el número de usuarios de redes sociales es de **3196 millones**, teniendo el 13 % de incremento anual; y la cantidad de usuarios de teléfonos móviles es de **5135 millones**, teniendo un incremento del 4 % mayor al año anterior (We are social, 2018).

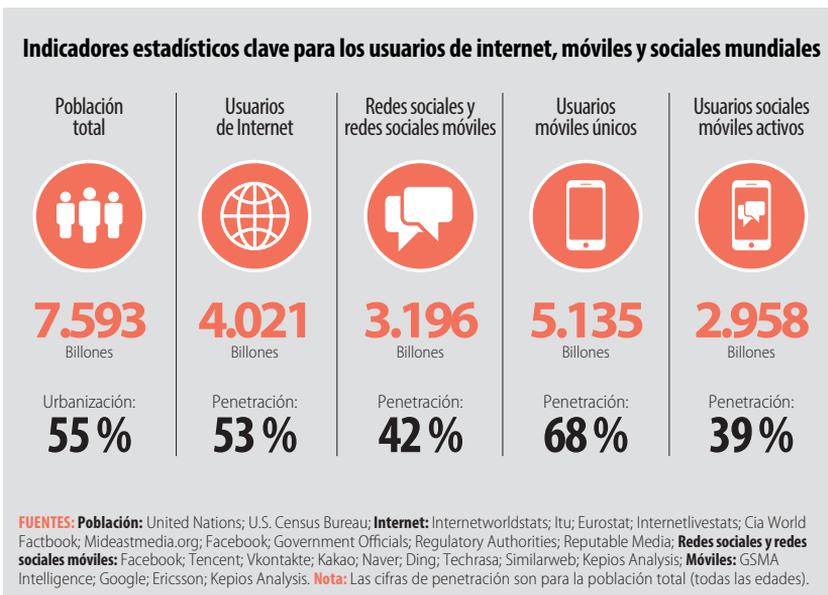


Figura 1. Indicadores estadísticos clave del mundo para usuarios de Internet, móviles y redes sociales.
Fuente: We are Social, 2018

En este sentido, la tendencia de convertirse en usuarios activos de Internet y en manejar plataformas de medios sociales digitales es cada vez más generalizada pues, a medida que pasan los años, el número de internautas se incrementa en todos los rincones del planeta. Por tanto, la democratización de la comunicación, el poder de voz y opinión de los ciudadanos, y el libre acceso a cualquier tipo de información —verificada o falsa— es lo que generaría pensamiento crítico ante la sociedad del conocimiento y la información. Sin embargo, la Unesco aclara este panorama sobreponiendo la necesidad de sentar bases éticas:

La sociedad mundial de la información en gestación sólo cobrará su verdadero sentido si se convierte en un medio al servicio de un fin más elevado y deseable: la construcción a nivel mundial de sociedades del conocimiento que sean fuentes de desarrollo para todos, y sobre todo para los países menos adelantados. (Unesco, 2005, p. 29)

En ese sentido, involucrarse en la sociedad del conocimiento requiere de un pensamiento crítico que valore la información desde una perspectiva ética y objetiva, y pueda compartirla al servicio del desarrollo humano.

2. Alfabetización digital y *fact-checking*

La alfabetización digital se convierte en una necesidad primordial para desenvolverse en la sociedad del conocimiento y la información. Antes de continuar, es importante señalar que “la alfabetización digital es el conjunto de competencias necesarias para asegurar la plena participación en la sociedad del conocimiento, incluyendo los conocimientos, las habilidades y los comportamientos necesarios para mejorar la comunicación, creación y colaboración.” (Arévalo y Martín, 2019, p. 55).

Además del conocimiento y habilidades acerca de herramientas informáticas y manejo de *software* y dispositivos, la alfabetización digital también “incluye una gran variedad de capacidades cognitivas, motoras, sociológicas y emocionales complejas, que los usuarios necesitan para funcionar eficazmente en entornos digitales.” (Eshet-Alkalai, 2004, p. 93). Esta afirmación involucra al pensamiento crítico y la capacidad de evaluar la información bajo una lectura madura y realista. En esta línea de pensamiento, la alfabetización digital tiene que ver con “liberar nuestra mente de prejuicios y asegurar que la situación está claramente definida. Asimismo, pretende asegurar que la fuente de los datos y los métodos utilizados para recoger esos datos también están libres de errores, prejuicios e inexactitudes.” (Arévalo y Martín, 2019, p. 55). Por eso, estos autores sugieren que la alfabetización digital, más que una opción, se convierte en una obligación.



Es imperante en la era de la información que las escuelas de periodismo formen profesionales expertos en fact checking. Créditos Lukas vía Pexels

La responsabilidad de los receptores de información se vuelve crucial en la generalización e impacto de noticias falsas en el mundo; y es justamente este el reto al que como usuarios nos vemos enfrentados en el siglo XXI. Por tal motivo, las escuelas de periodismo deben considerar y mantenerse alerta ante las noticias falsas con técnicas de verificación de hechos o *fact-checking*. “Las currículas deben cambiar, sino las escuelas de comunicación no pondrán enfrentar los cambios en la sociedad del conocimiento. Ser autodidacta y aprender a través de las TIC, hace que la sociedad del conocimiento sea más rápida y fácil de asimilarse.” (Illades, 2018, p. 160).

Así, los estudiantes y profesionales del periodismo y la comunicación deben empaparse de la investigación, de nuevos aprendizajes, y actualizarse constantemente sobre las nuevas tecnologías y capacidades técnicas a las que deben enfrentarse hoy en día con las noticias falsas que, como se mencionó, aunque hayan existido siempre, la velocidad con la que hoy recorren el mundo y el impacto que alcanzan representa un fenómeno nuevo.

En realidad, así como las noticias falsas no son un fenómeno nuevo, tampoco lo son las técnicas de *fact-checking*, pues la recopilación de datos, detalles de los hechos y contrastación de variables han formado parte del trabajo periodístico de siempre. La novedad que nos heredó la década pasada es la de los medios digitales creados exclusivamente para la verificación de datos en el discurso público.

De ese modo, el *fact-checking* se vuelve una tarea protagónica en el periodismo, ya que, mediante metodologías y técnicas de verificación de información, es posible garantizar a los ciudadanos una verdadera comunicación y difusión de noticias. Arévalo y Martín (2019) sugieren seguir los siguientes pasos para la verificación de noticias antes de aprobarla:

Tabla 1. Verificación de medios

Táctica	Detalle
Estudiar la acción	Investigar el sitio web, objetivo e información de contacto.
Leer más allá	No dejarse llevar con un titular llamativo, leer la historia completa.
Identificar al autor	Hacer una búsqueda rápida sobre el autor, asegurarse de que existe y de su fiabilidad.
Buscar fuentes adicionales	Hacer clic en los enlaces y comprobar si existen datos que avalen la información.
Comprobar la fecha	Confirmar que la noticia es actual.
Identificar una broma	Predecir si la noticia es muy extravagante e investigar el sitio web y el autor.
Considerar su sesgo	Tener en cuenta que las creencias del usuario podrían alterar su opinión.
Preguntar al experto	Consultar un sitio web de verificación.

Fuente: Basado en Arévalo y Martín (2019, p. 53). Elaboración propia

Existen diversas plataformas de chequeo de datos, que no son masivas, pero que poco a poco se afianzan dentro de las tareas de los profesionales del periodismo. Álvarez-Gromaz y López-García (2016) destacan algunas de las iniciativas de *fact-checking* que se encuentran actualmente activas, entre ellas:

- Factcheck.org: pionera en el área, creada en el 2003, Estados Unidos. Se destaca su sección de “Ask Fact Check”, en donde los usuarios plantean interrogantes sobre cualquier ámbito para ser chequeadas.

- El verificador del hecho, en The Washington Post: creado en el 2007 para calificar de manera dinámica la veracidad del discurso público y de las declaraciones de personajes políticos mediante la animación de Pinocho.
- Chequeado: pionera en esta actividad en América Latina. Esta plataforma argentina, creada en el 2010, verifica la veracidad de discursos de políticos y de informes de medios locales. Una de sus secciones destacadas es “mitos y fraudes”, en la cual los usuarios pueden revisar la veracidad de la información.
- EUfactcheck.eu: primera plataforma europea de chequeado, creada en el 2014. El sitio web, disponible en diversos idiomas, permite a los usuarios ofrecer declaraciones para analizarlas y verificarlas (Álvarez-Gromaz y López-García, 2016, p. 8).

3. Caso Ecuador Chequea

La actividad de chequeado de información busca contrastar el discurso público con hechos y datos disponibles para verificar y garantizar la veracidad a los ciudadanos. Estas plataformas “se hacen cada vez más imprescindibles ante ese maremágnum donde todo vale; y pueden constituirse en el refugio de las noticias contrastadas y de las narraciones elaboradas con una perspectiva ética al servicio de la sociedad” (Grijelmo, 2017, p. 14).

Fundamedios es una de las organizaciones ecuatorianas que trabaja para ese fin, la cual creó el proyecto no partidario llamado Ecuador Chequea #NoComas-Cuento, con el objetivo de comparar y contrastar declaraciones de políticos, líderes de la sociedad civil, personas públicas, medios de comunicación, entre otros, con la finalidad de garantizar las libertades de expresión, por un periodo independiente, no partidario y de calidad (Ecuador Chequea, 2019b).

Para desarrollar este estudio se entrevistó a Gabriel Narváez, actual editor general de Ecuador Chequea, en la cual se abordaron dos temas esenciales: sus técnicas de *fact-checking* y las investigaciones realizadas sobre los casos de mayor impacto en redes sociales.



Ecuador Chequea nació en octubre de 2016 como el primer medio dedicado a la verificación de datos del discurso público.

4. Metodología de Chequeado

El entrevistado afirma que existen varios debates sobre el *fact-checking*, incluso aquellos que ponen en duda su propia existencia, pues se sostiene en que los funcionarios también tienen derecho a equivocarse y nadie los puede señalar por eso. Así, Narváez considera que el *fact-checking* no debe entenderse como un nuevo género periodístico, sino como un retorno a la base del periodismo como tal, con el ejercicio de contrastación y la verificación de la fuente. También comenta que el equipo de trabajo de Ecuador Chequea se capacita con la metodología de “Chequeado”, el portal argentino ya mencionado. Son ellos quienes les comparten metodologías específicas, adaptadas a las necesidades locales sobre la verificación del discurso público. Esta metodología se encuentra certificada y avalada internacionalmente por la International Fact-Checking Network (IFCN), una unidad del Instituto Poynter, dedicada a la verificación de hechos a escala internacional. A pesar de ello, el entrevistado sostiene que la metodología de verificación se encuentra en construcción, no solo en América Latina, sino en el mundo.

A pesar de que existe una serie de recomendaciones que se brindan en cuanto al tema, el entrevistado asegura que no hay pasos a seguir protocolariamente, ya que la información engañosa se presenta de forma indistinta; puede ser una foto, un video, una frase, un titular, un texto, una cadena de wasap, etc. Por ello, las recomendaciones frente a estas situaciones son buscar el origen de la información, cuál es la fuente primaria de la noticia: esta es la primera gran interrogante. Es decir, realizar en esencia un trabajo periodístico.

Su metodología aborda las noticias falsas en dos ejes principales:

1. El nivel de importancia de desmentir determinada noticia falsa, ya que existe infinidad de información engañosa, pero no todas con el mismo grado de relevancia.
2. La viralidad y alcance de la noticia falsa, pues existen noticias de apariencia muy inocente, pero que se ha viralizado a tal nivel que ha generado gran impacto en ciudadanos y usuarios. En el caso de este segundo eje, es algo que viene con el tiempo; es decir, solo es posible darse cuenta de la mentira una vez que la noticia ya es viral, y se desmiente justamente por tal alcance.

Estos dos criterios para desmentir una noticia, importancia y viralidad, a pesar de que están relacionados, llevan a situaciones distintas frente a la

información engañosa; por un lado, la urgencia de desmentir una información de alta relevancia antes de que sea viral; por el otro lado, existen noticias que evidentemente son falsas, pero que se han compartido tantas veces mediante diferentes redes sociales, que alcanzan un grado de importancia por el impacto obtenido.

Luego de discernir ambos ejes, Ecuador Chequea utiliza herramientas digitales que les facilita verificar el contenido y llegar a la verdad de los hechos, tales como: la búsqueda inversa de imágenes de Google, una función que permite realizar búsquedas a partir de una imagen; la búsqueda de propiedades Exif (siglas en inglés de formato de archivo de imagen intercambiable), que permite acceder a la información de fotografías: de qué cámara fue tomada, en dónde, cómo, cuándo, etc.; la búsqueda de páginas relacionadas, para detectar si los enlaces que se publican en la noticia son válidos y actuales. De esa forma, Ecuador Chequea trabaja en la verificación de información engañosa para desmentir noticias falsas que generan un impacto importante en la ciudadanía.

5. Casos de *fake news* investigados por Ecuador Chequea

El editor general de Ecuador Chequea señala dos de los casos más mencionados: 1) supuestos secuestradores de niños en Posorja, y 2) las *fake news* como fomento de xenofobia en Ibarra y el Ecuador.

1. Caso de secuestradores de niños

Hacia el 2008, circulaba en redes sociales una publicación que advertía sobre una banda de secuestradores de niños con fines de tráfico de órganos. La publicación contemplaba fotografías de los presuntos secuestradores y alcanzó más de 400 reacciones, 100 comentarios y 1500 compartidos.

En octubre de ese año, en Posorja, una parroquia del Guayas, tres personas acusadas de robo tipo estafa fueron trasladadas a la UPC por la Policía Nacional, para levantar el respectivo parte policial y exámenes de ley. De pronto, llegaron moradores de manera violenta, enfurecidos por una comunicación falsa, y asociaron a los acusados con la banda de secuestradores de niños que circulaba en redes sociales. En un comunicado de la Policía Nacional, se expresó que “a pesar de las explicaciones de la Policía, de que no se trataba de un intento de secuestro a niños, no se logró disuadirlos y lincharon a las tres personas hasta su muerte, destruyeron la UPC y quemaron un patrullero, un taxi y cinco motos” (Ecuador Chequea, 2018a).



El caso de Posorja evidenció que las noticias falsas pueden dividir a las comunidades e iniciar conflictos. Captura de pantalla.

2. Caso de xenofobia en Ibarra

Este es un caso en el cual las noticias falsas fueron alimento de la xenofobia en Ecuador. En enero de 2019, en Ibarra, una señora ecuatoriana de veintidós años, madre de dos hijos, fue acuchillada y asesinada por su conviviente venezolano en presencia de policías y moradores que grabaron el crimen con sus móviles. El evento duró aproximadamente una hora, sin que la policía pudiese actuar para impedir el femicidio. La noticia sobre dicho asesinato impactó de tal manera a la comunidad, que el día siguiente al asesinato se viralizaron videos en Internet los cuales evidenciaban cómo ecuatorianos perseguían y amedrentaban de manera violenta a los migrantes. El Gobierno tuvo que intervenir, advirtiendo que ningún ciudadano ecuatoriano puede perseguir o expulsar a migrantes venezolanos del territorio del Ecuador.

Ante ese hecho, las noticias falsas no se hicieron esperar. Mediante las redes sociales, como Twitter y Facebook, se aseguraba que el autor del crimen era

de nacionalidad colombiana, y su nombre era Yordy Rafael L. G. «el hombre que mató a la mujer ecuatoriana es colombiano». En el mensaje también afirma que «está solicitado por la Interpol por otros asesinatos que cometió en Colombia contra mujeres». Esta publicación se compartió.” (Ecuador Chequea, 2019a). Sin embargo, Ecuador Chequea verificó el nombre del acusado en la página de la Interpol, en su sección de personas buscadas, y allí no se registra ninguno con los nombres mencionados. “Si se introduce el criterio de búsqueda por nacionalidad, la web arroja 88 resultados: ninguno corresponde al citado.” (Ecuador Chequea, 2019a).

Por otra parte, la Policía Nacional del Ecuador, fuente oficial, declaró desde un inicio que el asesinato se trataba de un ciudadano de nacionalidad venezolana.



#FALSETA: Asesino de Diana es colombiano

FakeNews, Palabrómetro / Por Ecuador Chequea

Ante el asesinato de una mujer en Ibarra por su pareja, proliferó la difusión de noticias falsas. Captura de pantalla.

Alcances como estos pueden acarrear las noticias falsas, muertes injustas, agresiones xenofóbicas y cientos de repercusiones peligrosas. “Las noticias falsas pueden iniciar conflictos, fragmentar a las sociedades y manipular a la ciudadanía” (Ecuador Chequea, 2018b, párr. 4).

En este sentido, se puede apreciar cómo la creación de una noticia falsa puede generar un gran alcance y nivel de impacto a través de los medios sociales digitales. El sensacionalismo alarma a la ciudadanía, sobre todo cuando amenaza su seguridad. Ambos casos expuestos, en los que Ecuador Chequea trabajó bajo la metodología sugerida, trae consigo consecuencias nefastas que pueden acabar en infamias, movilizaciones sociales y homicidios.

6. Conclusiones

El impacto que hoy tienen las noticias falsas ha adquirido un tinte peligroso, pues ya no se habla solo de una información engañosa que llega a unos cuantos lectores, sino que alcanza una masificación de reproducciones a escala mundial, de tal manera, que pone en jaque la credibilidad de los propios medios de comunicación formal. Por otro lado, hay que tomar en cuenta que las noticias que más generan compartidos son fotografías o titulares sensacionalistas que llegan a las emociones de los usuarios, logrando en ellos mayor ociosidad de buscar una fuente fiable. Esto explica por qué, una vez viralizada una información engañosa, cuando se genera después una noticia que desmiente el hecho, este último alcanza un número de vistas mucho más reducido. La gran respuesta es que los usuarios se dejan llevar por el impacto de la noticia, y, por supuesto, la noticia falsa enviada inicialmente tendrá un mayor nivel de sensacionalismo y generará, por ende, mayor impacto y reacción en los internautas. En este punto, la alfabetización digital toma gran sentido de importancia para desenvolvernos en la sociedad del conocimiento y no de la desinformación. Pues, sin desmerecer las competencias informáticas, es preciso enfatizar la capacidad emocional y ética a fin de afianzar una lectura de información madura y responsable en el usuario.

Las *fake news* han generado la aparición de nuevas iniciativas periodísticas, y con ellas nuevas técnicas de verificación de datos. No obstante, se debe tomar en cuenta que la contrastación de datos hoy en día toma más tiempo a los periodistas; por ello, las noticias falsas significan un gran reto y mayor trabajo periodístico. La indagación de información, la aparición de redes sociales y la inmediatez que exige Internet demandan un trabajo periodístico eficiente, y no veloz, ya que el mejor periodista no responde a quien difunde primero la noticia, sino que la difunde con veracidad, profundidad y precisión de los hechos.

Otra característica del *fact-checking*, a diferencia del periodismo convencional, es que califica una noticia de cierto a falso, generando un termómetro de veracidad entre políticos y medios de comunicación. Acerca de la metodología de Ecuador Chequea, el equipo determina a qué contenido enfocarse dependiendo

del nivel de importancia y viralidad conseguida. Estos son los dos criterios con los que se rige esta organización, por cuyo intermedio han detectado falsedad en las noticias, incluido los casos expuestos.

Es importante sugerir que, desde la academia, se conformen observatorios de noticias falsas; así como también, integrar en la formación periodística, módulos y actividades curriculares que abarquen técnicas actuales de verificación de contenido, y de este modo formar periodistas capaces de responder las exigencias de la tecnología y los medios sociales digitales.

Referencias

- Álvarez-Gromaz, L., y López-García, X. (2016). El fact checking, como herramienta de combate contra el sensacionalismo. En Esteban, L. (Coord.). *Sensacionalismo y amarillismo en la historia de la comunicación* (pp. 215-228). Madrid: Editorial Fragua.
- Arévalo, J., y Martín, S. (2019). El papel de las bibliotecas en un mundo de noticias falsas. *Desiderata* (11), 50-59. Recuperado de: <https://www.dropbox.com/s/eb7z6dwck45ncx/Noticias%20Falsas.%20DESIDERATA.pdf>
- Ballesteros, A. (2018). ¿Sociedad de la desinformación? Perspectivas sobre las noticias falsas. En Sacristán, A. (Coord.). *Sociedad digital, tecnología y educación* (pp. 89-130). Madrid: UNED. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=hgxmDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=one-page&q&f=false>
- Berceruelo, B. (2017). (Coord.). *#Comunicación: soluciones para un mundo digital*. Madrid: Estudio de Comunicación.
- Carballar, J. (2013). *Social media*. México, D. F.: Alfaomega.
- Carvajal, A. (2015). Sociedad de información y conocimiento. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?Sociedad-de-informacion-y>
- Castells, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. I, La sociedad red. 6.ª ed. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Ecuador Chequea. (2018a). #FALSETA: Las tres personas linchadas en Posorja eran secuestradores de niños. Quito. Recuperado de <http://www.ecuadorchequea.com/2018/10/17/falseta-las-tres-personas-linchadas-en-posorja-eran-secuestradores-de-ninos/>
- _____. (2018b). Ecuador Chequea frente a los hechos ocurridos en Posorja. Quito. Recuperado de <http://www.ecuadorchequea.com/2018/10/17/editorial-ecuadorchequea-posorja-linchamiento-fakenews/>
- _____. (2019a). #FALSETA: Asesino de Diana es colombiano. Recuperado de <http://www.ecuadorchequea.com/2019/01/22/asesino-diana-femicidio-yordy-ibarra/>

- _____. (2019b). El Equipo. Quito. Recuperado de <http://www.ecuadorchequea.com/el-equipo/>
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Journal of Education Multimedia and Hypermedia*, (13), 39-106. Recuperado de https://www.openu.ac.il/personal_sites/download/Digital-literacy2004-JEMH.pdf
- Fundamedios. (2019). Quiénes somos. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/quienes-somos/>
- Grijelmo, Á. (2017). Introducción: un contrato ético y profesional. En *Cadena SER, En antena: libro de estilo del periodismo oral*. España: Taurus.
- Illades, E. (2018). *Fake News: la nueva realidad*. México: Penguin Random House.
- Morduchowicz, R. (2018). *Ruidos en la web: cómo se informan los adolescentes en la era digital*. Buenos Aires: Penguin Random House.
- Pérez, M., Alcolea, G., y Nogales, A. (Eds.). (2018). *Poder y medios en las sociedades del siglo XXI*. Sevilla: Egregius Ediciones.
- Unesco. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento: informe mundial de la Unesco*. París: Ediciones Unesco. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141908>
- We are social. (2018). 2018 Digital YearBook. Recuperado de <https://wearesocial.com/es/blog/2018/07/superamos-los-4-mil-millones-de-internautas-eso-y-mas-en-digital-2018>