

Fact-checking en Colombia: RedCheq en las elecciones regionales de 2019

Fact-checking in Colombia: RedCheq in 2019 regional elections

Verificação de fatos na Colômbia: RedCheq nas eleições regionais de 2019

Carlos Rodríguez-Pérez, Universidad de La Sabana, Chía, Colombia
(carlosrope@unisabana.edu.co)

Dafne Calvo, Universidad de Valencia, Valencia, España (dafne.calvo@uv.es)

Eva Campos-Domínguez, Universidad de Valladolid, Valladolid, España
(eva.campos@uva.es)

RESUMEN | En el contexto internacional, existe una preocupación social respecto de los efectos de la desinformación en los procesos electorales; de hecho, la comunidad de periodistas de verificación ha evaluado contenidos y declaraciones durante las elecciones. Esta investigación profundiza en el periodismo de verificación en Colombia mediante el estudio de caso de la plataforma RedCheq durante las elecciones regionales de 2019. Gracias a un análisis cuantitativo de contenido, se investiga el ámbito geográfico, la tipología de información verificada, las herramientas empleadas y las características de los actores verificados. Los resultados muestran el alcance regional del fact-checking de RedCheq en Colombia, en el que predominó la verificación a contenidos sobre asuntos electorales, de justicia y de economía. Asimismo, existió un equilibrio entre verificar declaraciones públicas y rastrear las redes sociales para la identificación de bulos. Se encontró imparcialidad ideológica al evaluar la veracidad de contenidos propagados por los partidos que concurren en las elecciones. Lo anterior es relevante para dotar de institucionalidad y de legitimidad al periodismo de verificación frente a ciertas declaraciones que lo acusan de seguir agendas ideológicas.

PALABRAS CLAVE: fact-checking; periodismo; desinformación; comunicación política; redes sociales; Colombia; RedCheq.

FORMA DE CITAR

Rodríguez-Pérez, C., Calvo, D., & Campos-Domínguez, E. (2022). Fact-checking en Colombia: RedCheq en las elecciones regionales de 2019. *Cuadernos.info*, (53), 46-69. <https://doi.org/10.7764/cdi.53.40653>

ABSTRACT | Globally, there is a social concern regarding the effects of disinformation in electoral processes; in fact, the community of verification journalists has evaluated contents and statements during elections. This research delves into fact-checking journalism in Colombia through the case study of the RedCheq platform during the 2019 regional elections. Through a quantitative content analysis, this article analyzes the geographic scope, the typology of verified information, the tools employed, and the characteristics of the checked actors. The results show the regional reach of RedCheq's fact-checking journalism practice in Colombia. The fact-checks on electoral matters, justice, and the economy predominated. Besides, there was a balance between verifying public statements and tracking social networks to identify misleading content. The analysis revealed ideological impartiality to assess the check of content propagated by the political parties that competed in the elections. The latter is relevant in order to provide institutionality and legitimacy to fact-checking journalism, which faces accusations about following ideological bias.

KEYWORDS: fact-checking; journalism; misinformation; political communication; social networks; Colombia; RedCheq.

RESUMO | No contexto internacional, há uma preocupação social com os efeitos da desinformação nos processos eleitorais; de fato, a comunidade de verificadores de fatos avaliou conteúdos e declarações durante as eleições. Esta pesquisa investiga o jornalismo de checagem de fatos na Colômbia por meio do estudo de caso da plataforma RedCheq durante as eleições regionais de 2019. Por meio de uma análise de conteúdo quantitativa, se examinam o âmbito geográfico, a tipologia das informações verificadas, as ferramentas empregadas e as características dos atores verificados. Os resultados mostram o alcance regional da checagem de fatos da RedCheq na Colômbia. Predominaram as verificações a conteúdos sobre questões eleitorais, justiça e economia. Além disso, houve um equilíbrio entre a verificação de declarações públicas e o rastreamento de redes sociais para identificar conteúdos enganosos. A imparcialidade ideológica foi encontrada ao avaliar a veracidade dos conteúdos veiculados pelos partidos que participaram das eleições. Isso é relevante para proporcionar institucionalidade e legitimidade ao jornalismo de verificação diante de acusações de seguir agendas ideológicas..

PALAVRAS-CHAVE: verificação de fatos; jornalismo; desinformação; comunicação política; mídia social; Colômbia; RedCheq.

INTRODUCCIÓN

En Latinoamérica existe una creciente preocupación social por la desinformación (Newman et al., 2021). Esta afecta a tres dimensiones del sistema democrático: “la autodeterminación de las políticas por parte de sus propios ciudadanos, la representación y rendición de cuentas a través de elecciones justas y la deliberación pública que promueva la formación de la opinión” (Tenove, 2020, p. 518).

Desde el quehacer periodístico, la verificación emerge como práctica para evaluar contenidos o declaraciones que adquieren relevancia pública o interés social por su alcance, temática o viralización (Singer, 2020). Los fact-checkers-periodistas de verificación- no solo asumen su función social para contrastar datos e informar sobre lo factual, sino que cada vez son más los medios de verificación que organizan cursos y talleres de formación en competencias digitales y de verificación. Por ello, desempeñan una actividad remarcable para combatir la desinformación (Amazeen, 2019).

Los estudios académicos sobre el periodismo de verificación se han desarrollado fruto del auge de esta práctica periodística en todo el mundo. Ha sido incorporado por marcas mediáticas reconocidas como *AFP* o *EFE*, entre otros, y ha auspiciado el surgimiento de nuevos medios, especialmente en América Latina, en donde parecen emerger con voz propia dentro del ecosistema mediático (Palau-Sampio, 2018). Los medios de verificación se categorizan en dos modelos a partir de la capacidad de difusión, recursos, del constreñimiento editorial y el músculo financiero (Graves & Cherubini, 2016): uno vinculado con marcas periodísticas consolidadas (*the newsroom model*) y uno independiente (*alternative model*), el que predomina en Latinoamérica con medios como *Chequeado* (Argentina), *Ecuador Chequea* (Ecuador), *Animal Político* (México) o *Colombiacheck* (Colombia).

Desde sus inicios, el fact-checking se vincula con el periodismo político y con la evaluación del discurso público con incidencia social. El desarrollo de esta especialidad periodística está intrínsecamente relacionado con la evolución de la comunicación política electoral, en un clima político de gran polarización afectiva y en un contexto de crisis de los mecanismos y medios de comunicación tradicionales de intermediación. Precisamente, el auge de la desinformación encuentra su punto de inflexión en la campaña electoral presidencial de Estados Unidos de 2016. Por esta razón, las iniciativas de fact-checking adquieren notoriedad y mayor protagonismo durante los periodos electorales, generando sinergias y proyectos colaborativos entre diversos medios (Nyhan et al., 2019). Encontramos, por ejemplo, iniciativas en Estados Unidos (Electionland), en la Unión Europea (Crosscheck), en Asia (Checkpoint) y en Latinoamérica, en donde estos proyectos han combatido la desinformación electoral en Argentina (Reverso), Brasil (Comprova),

México (Verificado), Uruguay (Verificado) y, recientemente, en Colombia (RedCheq). En este contexto, el objetivo de este trabajo es analizar la producción periodística de RedCheq, una red que favoreció la transformación de los medios y periodistas aliados tanto desde la formación en nuevas competencias como desde el despertar de una cobertura regional independiente del poder político (Rodríguez-Pérez et al., 2021). Redcheq es el nombre de la iniciativa liderada por *Colombiacheck* e integrada por medios regionales, periodistas independientes, asociaciones y universidades. RedCheq tuvo un alcance nacional con un enfoque centrado en verificar información en las regiones.

Vinculada con el periodismo electoral y político, *RedCheq* nació a mediados de 2019, para mejorar el conocimiento de los ciudadanos sobre los asuntos públicos en contextos regionales y hacer frente a la desinformación electoral durante las elecciones regionales colombianas que tuvieron lugar en octubre de ese año. *Colombiacheck*, medio de verificación que firmó el Código de Principios de la Red Internacional de Fact-Checking (IFCN) lideró esta iniciativa en la que se involucraron medios regionales (*Vanguardia*, *El Colombiano* o *La Cola de Rata*, entre otros), periodistas independientes, asociaciones civiles como la Misión de Observación Electoral y universidades (Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Santiago de Cali, Universidad de Manizales, entre otras). Redcheq contó con el apoyo financiero y formativo de Facebook, Google y The National Endowment for Democracy (NED).

Las elecciones regionales, celebradas el domingo 27 de octubre de 2019, fueron las primeras desde los acuerdos de paz con las FARC en 2016. Los colombianos eligieron un total de 1101 alcaldes, 32 gobernadores, 12.063 concejales, 418 diputados y 6814 ediles, para lo cual se realizaron 3306 elecciones de autoridades locales que tomaron el testigo de los cargos electos de 2015. El contexto sociopolítico estuvo marcado por la insatisfacción con el funcionamiento de la democracia, un mayor escepticismo hacia las instituciones y una elevada percepción de la corrupción en el país (DANE, 2019b).

RedCheq se creó para luchar contra la desinformación, porque en Colombia las redes sociales y WhatsApp influyeron en los procesos democráticos gracias a la combinación de polarización, desinformación y emociones (Dajer, 2021). Durante el plebiscito por la paz (Medina-Uribe, 2018) o en las elecciones a la presidencia de la República (Cortés & Peñarredonda, 2018) se comprobó la influencia de la desinformación en los procesos políticos. Dajer (2021) explica que la desinformación no solo genera percepciones erróneas, sino que también infringe los derechos de los candidatos (derecho al honor o al buen nombre) y de los electores (privacidad de sus datos).

MARCO CONCEPTUAL

El periodismo responde al fenómeno de la desinformación con el fact-checking como práctica periodística para evaluar la (in)exactitud de contenidos, datos o declaraciones divulgadas por actores con incidencia pública, ya sea a través de discursos públicos, de los medios de comunicación o de redes sociales (Mena, 2019).

En el caso del periodismo político, evaluar el contenido para desmentir las falsedades y contrarrestar la desinformación política es una práctica de rendición de cuentas y de responsabilidad cívica (Graves & Konieczna, 2015; Graves, 2018). Se vincula con recuperar los ideales del periodismo y los valores profesionales (Graves et al., 2016; Mena, 2019) desde un discurso periodístico basado en la objetividad y en la factualidad (Cheruiyot & Ferrer-Conill, 2018). Un proceso electoral, como mecanismo de garantías del sistema democrático, necesita de libertad de expresión y de una relativa autonomía periodística (Josephi, 2013), de ahí la importancia de mantener los temas de la agenda pública libres de desinformación. En este sentido, el periodismo de verificación se ocupa de realizar un escrutinio del discurso político y de la información viral compartida en redes sociales y apps de mensajería, con el fin de proporcionar información veraz para la toma de decisiones. No obstante, hay que mencionar que la mayoría de medios de comunicación e iniciativas de fact-checking centran sus esfuerzos en los contextos nacionales y en las esferas capitalinas en las que se concentra el poder político, dejando de lado la desinformación del ámbito local y regional (Vázquez-Herrero et al., 2019).

Pese a sus inicios en los Estados Unidos en 1992, esta práctica aún se encuentra en madurez y necesita legitimarse dentro del sistema de medios (Lowrey, 2017), incluyendo referencias al trabajo del fact-checking en los medios de comunicación tradicionales (Graves & Konieczna, 2015) y cumpliendo los principios promovidos desde la IFCN. La transparencia en la selección de contenidos, en el proceso metodológico y en la consulta de fuentes, así como en salvaguardar la independencia del modelo de organización, son clave tanto para la institucionalización y credibilidad del periodismo de verificación como para merecer la confianza del público (Brandtzaeg et al., 2018; Humprecht, 2020).

No obstante, la verificación no debe confundirse con la labor tradicional de los medios antes de publicar, pues evalúa contenidos (datos, hechos, contenidos multimedia) una vez se han divulgado por su incidencia social, temática o notoriedad (Zommer, 2015).

Centrados en el actor que emite la desinformación, Nyhan y Reifler (2014) hallaron que la presencia de verificadores reduce la probabilidad de que los actores políticos realicen afirmaciones engañosas o falsas, dado que perciben un coste reputacional. Sin embargo, la presencia de los verificadores no reduce la cobertura

mediática de estos actores. En los debates electorales, espacios recurrentes para el periodismo de verificación, este tiene efectos sobre el desempeño del candidato, bien reforzando los vínculos de honestidad cuando sus declaraciones son verdaderas o penalizándolo cuando se evalúan como falsas (Wintersieck, 2017). Las evidencias indican que el fact-checking reduce las percepciones erróneas, pero tiene efectos mínimos en las evaluaciones de los candidatos o en la decisión de voto (Nyhan et al., 2019).

El fact-checking adquiere mayor relevancia cuando tiene lugar durante los procesos electorales debido a la gran importancia y trascendencia de las campañas en la vida política (Marchal et al., 2018). La práctica de la verificación implica que el periodista tenga un buen conocimiento sobre el funcionamiento de las administraciones públicas (Ufarte-Ruiz et al., 2022) y una serie de habilidades: periodismo de datos y manejo de herramientas digitales para identificar la desinformación en contenidos multimedia (Thomson et al., 2020).

En asociación con las prácticas de verificación surge el debate sobre la epistemología de este ejercicio periodístico (Amazeen, 2015; Uscinski & Butler, 2013; Uscinski, 2015). “Además de su objetivo principal de informar al público con información precisa, una aspiración complementaria del periodismo de verificación es mejorar el comportamiento político” (Amazeen, 2019, p. 556). Como práctica informativa, los verificadores perciben un riesgo asociado con la desinformación política provocado por la fragmentación y partidismo de los medios de comunicación, la falta de calidad y principios periodísticos en la cobertura informativa (Amazeen, 2019; Graves & Konieczna, 2015) y el auge de la información difundida por los blogs, las redes sociales y los sitios web alternativos (Cheruiyot & Ferrer-Conill, 2018).

Para ello, el verificador, atendiendo a los principios profesionales, se convierte en un árbitro de la verdad neutral, no partidista e independiente (Humprecht, 2020) que desarrolla su actividad sin el constreñimiento de intereses políticos y económicos (Graves, 2018). El Código de Principios de la IFCN establece como norma el apartidismo a la hora de realizar verificaciones. La sensible cuestión de la imparcialidad partidista o ideológica se usa frecuentemente como escudo o como arma dada la posición de árbitro sobre la (in)exactitud de los contenidos calificados, así como sobre las razones que sustentan dicha selección de contenidos. En este punto emergen varios postulados críticos respecto de la práctica de verificación: los criterios de selección de contenidos, la posición apartidista del periodista, el proceso metodológico que termina en la calificación y la consistencia entre medios de verificación que chequean el mismo contenido y que deberían llegar a la misma conclusión.

En primer lugar, el periodismo de verificación evalúa la exactitud de hechos factuales. Sin embargo, la desinformación muchas veces se entronca con dinámicas de posverdad en donde los hechos responden a lógicas discursivas en los que se insertan sentimientos, emociones y creencias previas (Carrera, 2018). Con este planteamiento, la verdad sería en cierto grado maleable y la realidad se entendería desde la emocionalidad y las creencias previas (opiniones y predicciones), que son objeto de verificación como halló Bernhard (2021) en un estudio sobre la labor del periodismo de verificación en Suiza. Uscinski y Butler (2013) afirman que, a menudo, se seleccionan contenidos basados en opiniones y postulados ideológicos y no en hechos fácticos, entrando en colisión con los postulados metodológicos de la verificación.

En segundo lugar, Uscinski y Butler (2013) argumentan que los verificadores se sitúan en una falsa equidistancia, al chequear por igual a partidos o candidatos que no tienen la misma incidencia pública como mecanismo de protección y escudo para no ser acusados de preferencias políticas. Igualmente, un aspecto sensible es la frontera que separa el fact-checking del activismo (Mena, 2019) y las preferencias de los periodistas como ciudadanos.

En tercer lugar, el proceso metodológico y la identificación clara de las evidencias documentales, tecnológicas y análisis realizados por fuentes oficiales o expertas se convierte en garantía de credibilidad del chequeo para que el ciudadano llegue a la misma conclusión que el verificador (Humprecht, 2020). Asimismo, si dos medios de verificación realizan de forma independiente un chequeo al mismo contenido deberían llegar a la misma conclusión, un aspecto clave para dotarse de credibilidad a los ojos de la audiencia. “El consenso ayuda a validar el principio de objetividad y los periodistas de verificación admiten que los desacuerdos causan incomodidad” (Graves & Konieczna, 2015, p. 1975).

Por un lado, Amazeen (2015), en respuesta a las críticas de Uscinski y Butler, estudió la consistencia de tres organizaciones (*FactCheck.org*, *The Fact Checker* y *PolitiFact.com*) durante la campaña presidencial estadounidense de 2008, en donde observó una alta consistencia en las calificaciones y en las temáticas. Recientemente, en Brasil se halló consistencia entre dos medios de verificación brasileños (*Aos Fatos* y *Agência Lupa*), firmantes del Código de Principios de la IFCN, en las calificaciones emitidas en 2019 (de Rezende-Damasceno & Patrício, 2020).

Entre los estudios que hallaron inconsistencias, se evidencia que estas discrepancias en el ejercicio del fact-checking dificultan los procesos de comprensión ciudadana y ahondan en los dilemas sobre la verdad (e interpretaciones de verdad) (Graves, 2017) en la lógica discursiva de los hechos. Marietta y sus colegas (2015) analizaron tres medios estadounidenses (*PolitiFact*, *The Fact Checker* y *FactCheck.org*)

y concluyeron que hubo diferencias en la selección temática (*agenda-setting*) y en la calificación sobre ciertos temas. También en Estados Unidos, Lim (2018) investigó el grado de consistencia entre *The Fact Checker* y *Politifact* cuando evaluaban los mismos contenidos, siendo las discrepancias mayores cuando se calificaba como parcialmente verdadero o parcialmente falso el contenido. Los desacuerdos fueron mayores cuando las temáticas se circunscribieron a las políticas sociales, la sanidad o la controversia sobre los correos electrónicos de Hillary Clinton de 2016. Por lo tanto, como sostiene Lim (2018), las temáticas relacionadas con debates políticos o con políticas públicas ofrecen a menudo diferentes interpretaciones, marcos de cognición e, incluso, opiniones, lo que pone encima de la mesa el debate epistemológico de la verificación de los discursos públicos.

Una vez se ha expuesto el marco conceptual de este trabajo, a continuación enunciamos los objetivos específicos de la investigación.

Objetivos específicos:

- OE1: conocer la penetración de la práctica del fact-checking en entornos regionales y su producción periodística.
- OE2: identificar temáticas de desinformación, formatos y canales de propagación, así como analizar qué emisores fueron priorizados por los fact-checkers; es decir, si se primó el escrutinio del discurso público o la comprobación de contenidos virales.
- OE3: saber cuál fue el nivel de uso de herramientas digitales como evidencia de verificación a la hora de apoyar la calificación del chequeo.
- OE4: analizar si RedCheq cumplió con el compromiso con el no partidismo y la imparcialidad que se promueve desde la IFCN.

METODOLOGÍA: ANÁLISIS DE CONTENIDO CUANTITATIVO

Este estudio adopta un enfoque cuantitativo a fin de responder las siguientes preguntas de investigación:

PI1. ¿Consiguió RedCheq, como red nacional, tener un alcance y cobertura que introdujera el periodismo de verificación en las regiones?

PI2. ¿Aumentaron los contenidos catalogados como desinformación conforme se acercaron las elecciones? ¿Qué tipo de informaciones fueron objeto de verificación? ¿Se priorizó el escrutinio del discurso público (declaraciones) o de los contenidos virales?

PI3. ¿Se implementaron herramientas propias de la verificación de contenidos como evidencias que refuercen la categoría de calificación? Si fue así, ¿en qué tipo de contenidos?

PI4. ¿Hubo diferencias en las calificaciones en función de la ideología de los actores políticos verificados?

La muestra (n=134) reúne las verificaciones (fact-checks) publicadas en la página web de RedCheq con motivo de las elecciones regionales (se excluyeron los chequeos múltiples, es decir, noticias de verificación que califican varios contenidos dentro de una misma información). Estos contenidos informativos fueron publicados entre el 10 de abril y el 18 de noviembre de 2019, periodo que comprende la fase preelectoral, la campaña electoral que tuvo su jornada de votación el 27 de octubre de 2019, y la etapa poselectoral. Todas las unidades de análisis fueron extraídas directamente desde la página web de RedCheq y codificadas siguiendo un libro de códigos creado por el equipo de investigación con 19 variables circunscritas en cuatro bloques: descriptivas y de control, tipología y formato de desinformación, herramientas de verificación y perfil del actor verificado.

1. Variables de control e identificación. Cada unidad de análisis se identificó teniendo en cuenta su relación con el contexto electoral, fecha de publicación, temática, lugar de impacto y ámbito geográfico.
2. Variables del contenido. Se codificó la categoría de calificación, la tipología de información verificada, el formato y el canal de propagación.
3. Variable sobre herramientas de verificación. Dada la creciente producción de contenidos desinformantes y la complejidad para calificarlos, se identificó la referencia en la noticia de verificación de algunas de las herramientas más usadas por los codificadores para aportar evidencias y justificar el veredicto; entre ellas, herramientas de Google, Yandex, Tineye, Fotoforensics, Waybackmachine e Invid.
4. Variables sobre el actor político chequeado. Se recogieron los datos de los chequeos que analizaron contenidos atribuidos a dirigentes políticos considerando su responsabilidad política, su género y el partido al que están adscritos.

Antes de conformar la versión final del libro de códigos, se entrenó a los codificadores (dos para algunas preguntas y tres para otras) para asegurar una fiabilidad adecuada en el proceso de recogida e interpretación de las categorías de análisis. Posteriormente, se realizó un pretest para medir la fiabilidad intercodificador sobre 15% de la muestra (n=20) elegida al azar, con el coeficiente alfa de Krippendorff.

Variable	Alfa de k	Número de codificadores
Variables descriptivas y control	,756 < k < 1	3
Tipología, formatos y canales	,667 < k < ,931	2
Herramientas	,84 < k < 1	3
Actores políticos	,793 < k < ,83	2

Tabla 1. Consistencia intercodificador

Fuente: Elaboración propia.

Este establece que si el valor de α es $>,8$ se considera una buena fiabilidad intercodificador; si $,667 < \alpha < ,8$ los resultados se consideran aptos para conclusiones tentativas. Valores de α inferiores se consideran no apropiados. Los valores obtenidos, adecuados, se muestran en la tabla 1.

El proceso del análisis de los datos recurrió al análisis de frecuencias univariadas, bivariadas y a técnicas propias del análisis estadístico (correlaciones y comparación de medias T-test y U-test) para las que se tuvo en cuenta la distribución de la serie de datos a través del test W de Shapiro Wilks.

RESULTADOS

Cobertura y alcance de RedCheq

Se analizaron 134 chequeos publicados entre el 10 de abril y el 18 de noviembre de 2019 por RedCheq, la red nacional de periodistas de verificación con enfoque regional. El 95,5% de los chequeos estaba directamente relacionado con la campaña electoral y, por lo tanto, se ajustó con la misión de RedCheq de combatir la proliferación de información falsa y engañosa, vigilar el discurso público y el uso malintencionado de la información durante las elecciones regionales colombianas.

La agenda temática de los fact-checks estuvo dominada por asuntos genéricos electorales (39,55%), como divulgación de encuestas o sondeos de opinión, informaciones sobre alianzas electorales y apoyos a candidatos políticos. En segundo lugar, aparecen los chequeos relacionados con economía e infraestructuras (19,40%), con contenidos sobre impuestos, políticas de movilidad o desarrollo de infraestructuras. En tercer lugar, los chequeos a contenidos sobre justicia, sucesos y seguridad ciudadana (13,43%), que agrupan informaciones que relacionan con candidatos con procesos o inhabilitaciones judiciales, homicidios, drogas e inmigración. Los contenidos de la temática educación (6,72%), proceso de paz (5,97%), corrupción (5,97%) y medioambiente (5,97%) tuvieron menor presencia.

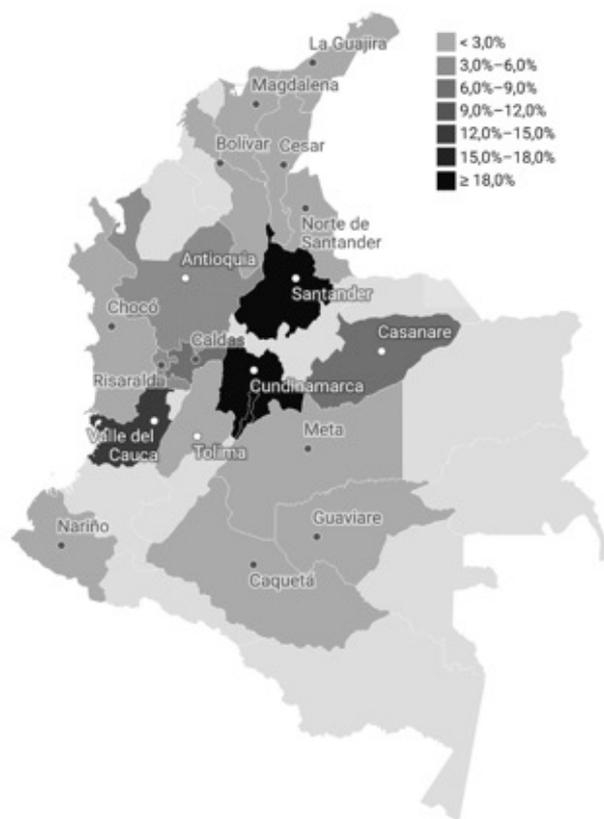


Gráfico 1. Ámbito de cobertura regional de los chequeos en Colombia (por departamentos)

Fuente: Elaboración propia.

En el marco de trabajo regional de RedCheq, su producción periodística tuvo como ámbito de cobertura mayoritario el ámbito local/municipal (72,39%), seguido por el impacto departamental (21,64%), contenidos con alcance nacional (5,22%) y con alcance internacional (0,75%). En términos de distribución geográfica, RedCheq produjo verificaciones para las cinco regiones que componen Colombia, siendo la región Andina el área que recibió más atención por parte de los verificadores de RedCheq, con 67,46% de los contenidos. En segundo lugar, aparece la región Pacífica, con 15,87%, seguida de la Orinoquía (8,73%), la región Caribe (3,97%) y la Amazonía (3,97%). Considerando la división política de Colombia, que consta de 32 departamentos, RedCheq verificó contenidos que impactaron directamente en dieciocho de ellos. Los departamentos que más atención recibieron fueron Cundinamarca (incluye Bogotá D. C.) (22,39%), Santander (18,66%) y Valle del Cauca (13,43%). En un segundo grupo de departamentos aparecen Caldas (8,96%), Casanare (6,72%), Risaralda (4,48%) y Antioquia (4,48%). El 5,97% de los contenidos se catalogaron como Colombia, por tener repercusión en todo el país o no mencionarse expresamente el lugar de impacto.

Variable	Chequeos	Demografía	PIB
Chequeos	1	,45**	,53**
Demografía		1	,89**
PIB			1

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 2. Correlaciones Rho de Spearman

Fuente: Elaboración propia.

La cobertura informativa de verificación de hechos (W -stat=,606; p <,001, donde W indica el tipo de distribución de los datos) tuvo una implantación correlacionada significativamente con el peso económico (W -stats=,498; p <,001) (ρ =,53) y con la distribución poblacional (W -stats=,607; p <,001) (ρ =,45) registrada por el DANE (2019a, 2019c), de forma que se produjeron más verificaciones en aquellas regiones con mayor aporte al PIB y con mayor peso poblacional respectivamente.

La producción periodística calificó como inexactos en un grado parcial o total el 87,31% de los contenidos. RedCheq adoptó la escala de calificación de *Colombiacheck* en la que los bulos (contenidos falsos) alcanzaron 55,97% de los contenidos verificados, seguidos por los contenidos cuestionables (15,67%) y verdadero pero (15,67%). Los contenidos verdaderos fueron el 10,45% y el 2,24% restante fue evaluado como inchequeable.

La producción de chequeos fue en aumento conforme se acercaron las elecciones regionales. Destaca especialmente la semana de las elecciones (21-27 de octubre) donde RedCheq logró su pico de chequeos con 30 fact-checks publicados. Esta tendencia positiva hasta el día de las elecciones se aprecia tanto al agrupar la producción en meses como en semanas (gráfico 2). De los 30 chequeos realizados, 76,67% fue evaluado como falso. Entre los desmentidos de la última semana, publicados en RedCheq (<https://redcheq.com.co/>), encontramos informaciones en torno a las encuestas falsas (“Encuesta de CNC en la que lidera Miguel Uribe es falsa” (23/10/2019); “Encuesta en la que gana Hollman Morris es falsa” (27/10/2019)), informaciones falsas sobre los candidatos (“Claudia López no ha renunciado a su candidatura a la alcaldía de Bucaramanga” (22/10/2019); “Capturas de pantalla de la conversación entre Oscar Barreto y José Barreto no son verdaderas” (24/10/2019); “Héctor Rangel no sufre de ‘leve retraso mental’” (25/10/2019)), desinformación que se atribuía a instituciones públicas (“Procuraduría no trinoó que estaría en Villavicencio formulando cargos contra Alexander Baquero” (24/10/2019); “Los montajes de decisiones del CNE que se difunden en redes” (26/10/2019);

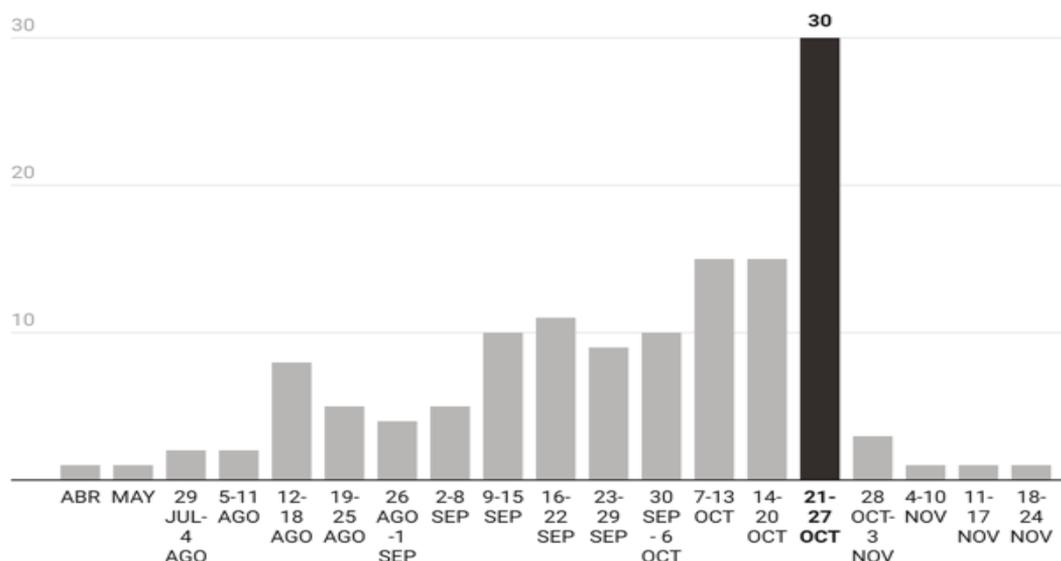


Gráfico 2. Cantidad de verificaciones en el periodo analizado

Fuente: Elaboración propia.

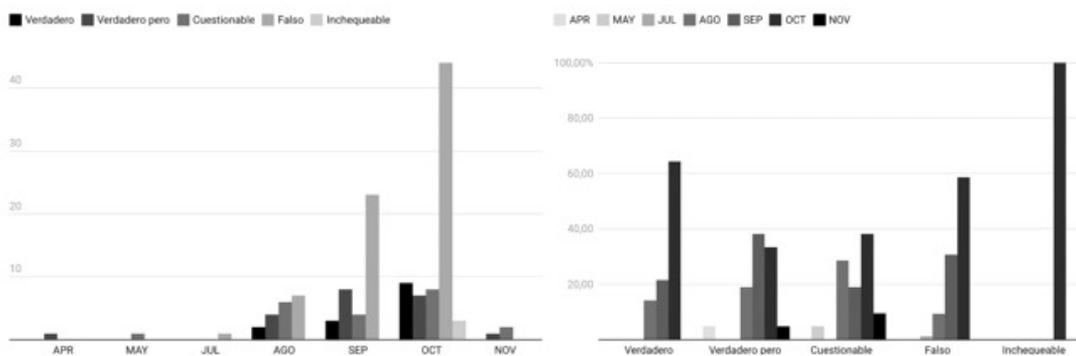


Gráfico 3. Calificaciones de las verificaciones en frecuencias absolutas (izq.) y frecuencias relativas (dcha.)

Fuente: Elaboración propia.

“Es falso que Policía haya decomisado 80 millones de pesos junto con publicidad de Jorge Iván Ospina” (27/10/2019)) y suplantaciones a medios de comunicación (“Vanguardia no ha publicado que el candidato Jaime Andrés Beltrán impondrá impuestos a iglesias católicas” (25/10/2019); “Revista Semana no informó sobre supuestos apoyos del narcotráfico a Carlos Maya” (27/10/2019); “El Tiempo no ha publicado que Carlos Caicedo no podrá participar en las elecciones por una inhabilidad” (27/10/2019)).

Se observa también que, conforme se acercaron las elecciones, aumentaron los contenidos catalogados como falsos y como verdaderos tanto en cifras absolutas como relativas (gráfico 3).

Todos los chequeos de RedCheq incluyeron una verificación textual en la que se indicaba la categoría de calificación definida por Colombiacheck (verdadero, verdadero pero, cuestionable, falso o inchequeable). Se observa que los chequeos fueron más cortos cuando se confirmaba la (in)exactitud de la totalidad (Verdadero: $M=567,29$; $DT=297,84$; $W=,83$; $p=,012$; Falso: $M=532,01$; $DT=262,10$; $W=,85$; $p<,001$) que cuando la inexactitud se calificaba en cierto grado (Verdadero pero: $M=904,81$; $DT=517,16$; $W=,72$; $p<,001$; Cuestionable: $M=856,86$; $DT=310,70$; $W=,92$; $p=,079$). Los contenidos que los verificadores concluyeron que eran inchequeables ($n=3$) fueron los más extensos ($M=1125,33$; $DT=244,73$; $W=,78$; $p=,082$). Observamos que las diferencias en los valores promedio de la extensión de los chequeos son significativas en términos estadísticos y muestran la necesidad de incluir más explicaciones y evidencias cuando solo se califica como (in)exacta una parte del contenido. La agrupación de las categorías verdadero pero y cuestionable (U-test: $p=,61$, $\alpha=,05$) con distribución no paramétrica ($W\text{-stat}=,79$; $p<,001$) en comparación con aquellos calificados en su totalidad como verdaderos o falsos (U-test $p=,80$; $\alpha=,05$) y distribución no paramétrica ($W\text{-stat}=,85$; $p<,001$) ofrece una significancia estadística en la extensión de los chequeos entre aquellos calificados en su totalidad como exactos o inexactos respecto de aquellos que lo son parcialmente (U-test $p<,001$, $\alpha=,05$).

Formatos y canales de distribución

En Colombia, como sucede en el contexto latinoamericano, las redes sociales y WhatsApp son comúnmente usados como fuentes de información sobre los asuntos políticos (Corporación Latinobarómetro, 2018). Las redes sociales (Twitter y Facebook) fueron el canal principal desde donde la comunidad de periodistas regionales identificó los contenidos a verificar como canal de propagación del 55,97% de los contenidos verificados. Le siguen los medios de comunicación tradicionales (19,40%), los medios digitales, los cuales integran las versiones web de los medios tradicionales, (9,70%) y las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp (5,97%). La categoría otros supuso 8,96%.

Respecto del tipo de información verificada, RedCheq hizo énfasis en el escrutinio al discurso político, ya que las declaraciones fueron el tipo de información más verificada (33,58%), seguido por la publicación de imágenes o fotografías (28,36%), publicaciones textuales (26,87%), textos publicados por medios o portales web (6,72%), vídeos (3,73%) y otros contenidos (0,75%).

En lo que concierne al formato del contenido verificado, las declaraciones cortas o citas textuales representaron 41,79%, seguido por la verificación de documentos (23,13%) e imágenes o vídeos editados (23,13%). Imágenes y vídeos no editados supusieron el 9,70% y otros, el 2,24%.

Tanto las verificaciones de las imágenes y vídeos editados como no editados tuvieron en las redes sociales su canal de diseminación. Este fue el canal identificado para el 92.31% de las “imágenes y vídeos no editados” y para el 90.32% de las “imágenes y vídeos editadas”. Por otro lado, las declaraciones cortas o citas textuales se localizaron bien desde trinos en redes sociales (39,29%) o desde apariciones en medios de comunicación tradicionales (44,64%), principalmente. Los documentos se propagaron tanto en redes sociales (35,48%) como por medios digitales (32,26%), aunque un porcentaje relevante (19,25%) se engloba en la categoría otros al tratarse, por ejemplo, del análisis de los programas de gobierno, pero no indicarse por dónde se identificaron o con propuestas electorales sin especificar el origen.

Complejidad y uso de herramientas

Del análisis textual de los chequeos, se observa que las herramientas específicas de verificación (búsquedas avanzadas o imagen inversa de Google, Tineye, Invid, Fotoforensics, Yandex, Waybackmachine) no fueron incorporadas de forma explícita en las noticias de verificación. Sobre el total de la muestra, el 85,82% de los chequeos no aludió a estas. El 11,94% de los chequeos usó al menos una y el 2,24%, dos.

Cuando el verificador recurrió a estas herramientas, en el 72,73% de los casos fue para verificar y concluir si una imagen o vídeo estaba editada (59,09%) o no editada (13,64%); en el 18,18% para verificar documentos y en el 9,09% para verificar declaraciones.

Fact-checking como práctica periodística imparcial

Específicamente, los actores políticos representaron el 43,28% de los actores chequeados. Dentro de esta categoría, el 65,52% corresponden a candidatos locales, seguidos por candidatos departamentales (10,45%) y congresistas y senadores (10,45%). Los alcaldes (2016-2019) representaron el 5,17% y los gobernadores (2016-2019), el 1,72%. Centrados en las verificaciones hechas a políticos, se observa que no predominan los bulos. El 15,25% fue verificado como verdadero y el 30,51% como verdadero pero. Por otro lado, el 23,73% fue evaluado como falso y el 25,42%, como cuestionable. El 5,08% fue inchequeable.

El desglose, considerando la afiliación partidista de los actores políticos, revela que el 37,29% de los chequeos a actores políticos estuvo asociado con movimientos independientes o coaliciones electorales entre varios partidos; el 20,34%,

con políticos del Partido Alianza Verde; el 10,17%, con políticos de Centro Democrático; el 8,47%, con representantes de Colombia Humana; el 5,08%, con políticos del Partido Conservador, Partido Liberal y Polo Democrático; el 3,39%, con políticos del partido MAIS y Partido de la U, y el 1,69%, con Cambio radical.

Mayoritariamente, las verificaciones de los actores políticos fueron las declaraciones o citas (79,66%), seguidas de los documentos (programas electorales, por ejemplo) con el 10,17%; imágenes y vídeos no editados, 8,47%, e imágenes y vídeos editados, 1,69%.

Análisis de los fact-checks

Relacionado con el postulado objetivista sobre el oficio imparcial del periodismo de verificación (Lim, 2018), se encuadra la cuestión de la pretendida neutralidad como una posición de imparcialidad, de equidistancia o de balanceo al suponer que todos los candidatos tienen la misma incidencia sobre la opinión pública (Amazeen, 2015; Uscinski & Butler, 2013; Uscinski, 2015) o que sus discursos asemejan proporciones similares de hechos verificables.

Desde esta consideración resulta pertinente analizar estadísticamente las calificaciones en función de las afiliaciones ideológicas de los partidos. RedCheq siguió la metodología de *Colombiacheck*, que establece una escala con cinco evaluaciones que transformamos en una escala métrica de 0 a 3: falso (=0), cuestionable (=1), verdadero pero (=2), verdadero (=3). La categoría inchequable (n=3) fue excluida de este análisis por la duda epistemológica intrínseca de publicar un chequeo cuya conclusión es que es imposible de verificar (no chequeable).

El promedio (n=131) es igual a 0,80. Si analizamos la valoración de la calificación en función de los actores políticos (n=56) e institucionales (n=1) (n=57; M=1,42; DT=1,05; W-stat=,87; $p<,001$; $\alpha=,05$) y otro tipo de actores (n=74; M=,32; DT=,79; W-stat=,46; $p<,001$; $\alpha=,05$), la diferencia es estadísticamente significativa (U-test $p<,001$; $\alpha=,05$). Ello permite afirmar que en las elecciones regionales colombianas los contenidos propagados por usuarios o cuentas anónimas en redes o personajes públicos son evaluados como falsos o más inexactos en mayor proporción que cuando dichos contenidos los propagan actores políticos o instituciones.

En los datos expuestos en la tabla 3 se observa la fragmentación del sistema de partidos colombianos, así como la presencia de un alto número de *outsiders* que emergen en política agrupando en su candidatura a diferentes movimientos políticos independientes en un contexto de alta personalización política y débil sistema de partidos (Duque-Daza, 2019). El sistema de partidos colombianos tiene un débil enraizamiento motivado por la pérdida de confianza ciudadana, por la corrupción y por la falta percibida de representación por parte de los ciudadanos.

Partido Político	Media	Nº de fact-checks	Ideología
Cambio Radical	2	1	Derecha
Partido MAIS	1,5	2	Izquierda
Movimientos independientes	1,53	19	Miscelánea
Centro Democrático	1,67	6	Derecha
Colombia Humana	0,40	5	Izquierda
Partido Conservador	0,67	3	Derecha
Partido de la U	1	2	Derecha
Partido Liberal	0,67	3	Centro
Partido Alianza Verde	1,67	12	Centro
Polo Democrático	2	3	Izquierda
Izquierda	1,1	10	
Centro	1,47	15	
Derecha	1,33	12	
Miscelánea	1,53	19	
Total de la muestra	1,39	56	

Tabla 3. Análisis de calificación y afiliación a un partido

Fuente: Elaboración propia.

Los partidos políticos que han surgido se fortalecen desde identidades étnicas, religiosas o comunitarias (Duque-Daza, 2014). Se observan variaciones reseñables al analizar las calificaciones en función de la afiliación partidista. Los dos partidos tradicionales del sistema político colombiano (Partido Liberal y Partido Conservador) tuvieron promedios ($M=,67$) de las calificaciones próximos a contenidos muy inexactos; además, observamos diferencias entre los partidos Centro Democrático ($M=1,67$) o el Partido Alianza Verde ($M=1,67$) con el partido Colombia Humana ($M=,40$). En el análisis posterior, preferimos agrupar los diferentes partidos políticos en el tradicional esquema de adscripción ideológica para aumentar los tamaños muestrales.

Teniendo en cuenta la distribución de los datos según la afiliación ideológica (derecha: $W\text{-stat}=,86$; $p=,048$; $\alpha=,05$; centro: $W\text{-stat}=,89$; $p=,064$; $\alpha=,05$; izquierda: $W\text{-stat}=,86$; $p=,067$; $\alpha=,05$; miscelánea: $W\text{-stat}=,89$; $p=,034$; $\alpha=,05$) procedimos con las técnicas estadísticas para conocer si existieron diferencias estadísticamente significativas en la evaluación de las calificaciones en función de la adscripción ideológica. Dado que trabajamos con datos paramétricos y no paramétricos, se aplicaron las técnicas estadísticas habilitadas para cada distribución: prueba de t-Student para igualdad de varianzas dado que la prueba F de Levene mostró valores de $,588 < p < ,917$ y del test Mann-Whitney (U-test).

Ideología	Centro	Derecha	Miscelánea
Izquierda	,413 (-,835)ii	,635 (-,482)ii ,629i	,290 (-1,079)ii ,293i
Centro		,757 (,312)ii ,762i	,865 (-,171)ii ,843i
Derecha			,642i

Notas: i Prueba de Man-Whitney. ii Prueba t de Student para varianzas iguales. Entre paréntesis el estadístico t.

Tabla 4. Comparación de medias entre adscripciones ideológicas

Fuente: Elaboración propia.

Cuando comparamos una distribución paramétrica y no paramétrica aplicamos ambos procedimientos. Mediante la comparación de medias, concluimos que no hubo diferencias significativas en las calificaciones en función de la adscripción ideológica, tal y como se observa en los resultados de la tabla 4.

Posteriormente, se comparó si existieron diferencias en las calificaciones en función del género (hombre o mujer) o de su responsabilidad política, esto es, si contaba con cargo público o no, como era el caso de los candidatos. No hay diferencias en las calificaciones en función del género (t-test $p=,705$; $\alpha=,05$; U-test $p=,667$; $\alpha=,05$) ni en función de la responsabilidad política (U-test $p=,885$; $\alpha=,05$).

DISCUSIÓN

RedCheq, como red colaborativa de medios encabezada por *Colombiacheck*, adoptó un enfoque regional para cubrir las elecciones territoriales en Colombia, una característica distintiva considerando que la verificación informativa regional es minoritaria. Si en el contexto internacional se aprecia la desaparición progresiva de periódicos locales y de sus efectos en las comunidades (Mathews, 2020), en Colombia el contexto está configurado por las zonas de silencio (Fundación para la Libertad de Prensa, 2019): poblaciones a menudo periféricas, que no cuentan con medios locales, como la Orinoquía y la Amazonía, áreas geográficas donde RedCheq divulgó menos cobertura informativa verificada.

En un contexto en el que la prensa local en Colombia tiene una independencia limitada (Valencia-Nieto et al., 2019), el consumo de información por medios alternativos y redes sociales se convierte en una seria opción. Ello puede explicar que la mayoría de los contenidos verificados provengan de estos canales, que son fuente de desinformación. Por ello, resulta esencial una mayor implicancia de Facebook o Twitter, que no son meras interfaces sino actores políticos (Helberger, 2020), pues interfieren en la formación de opiniones políticas e influyen en el comportamiento electoral de los votantes.

Por otro lado, esta investigación permite ampliar los estudios sobre el periodismo de verificación que evalúan el cumplimiento de principios periodísticos que abanderan esta práctica periodística para seleccionar y verificar contenidos (Amazeen, 2015; Marietta et al., 2015; Lim, 2018; Bernhard, 2021). Este artículo indaga sobre el compromiso con el apartidismo y la posición de neutralidad del verificador, un componente epistemológico relevante aún poco explorado desde la academia pese a su relevancia en aras de dotar de institucionalidad y legitimidad a esta práctica periodística frente a declaraciones que lo acusan de seguir agendas ideológicas. El análisis permite afirmar que RedCheq cumplió con el compromiso de imparcialidad o apartidismo al no hallarse diferencias significativas en la evaluación de las calificaciones en función de las ideologías de los actores políticos. No obstante, una de las limitaciones del estudio radica en la muestra reducida de chequeos por partido político dada la fragmentación existente, lo que obligó a realizarla por ideología.

Para consolidar la práctica debe haber compromiso con los principios periodísticos de apartidismo, transparencia y rigurosidad metodológica. Uno de los desafíos del fact-checking reside en que la credibilidad está vinculada con el nivel de percepción de independencia y no partidismo de su quehacer periodístico y, para ello, es fundamental aplicar un proceso riguroso metodológico (Amazeen, 2019). Humprecht (2020) halló que el rigor y la transparencia metodológica de los medios firmantes del IFCN era mayor que en aquellos que no formaban parte de la red.

Consecuentemente, el periodismo de verificación tiene que prestar atención a la percepción de la audiencia. Este desafío es importante, dado que, en Estados Unidos, por ejemplo, se percibe esta práctica escorada hacia discursos liberales y patrones de consumo de noticias en los medios de comunicación liberales/demócratas (Robertson et al., 2020); asimismo, se hallaron actitudes menos positivas por parte de los conservadores tanto en Estados Unidos como en los países europeos (Lyons et al., 2020; Robertson et al., 2020).

CONCLUSIÓN

Esta investigación tuvo como objetivo analizar un ejercicio colaborativo de periodismo de verificación en Colombia, para conocer los formatos, tipologías y autores propagadores de desinformación durante un proceso electoral regional, así como el quehacer de la verificación y su compromiso con la imparcialidad. En primer lugar, RedCheq cumplió con la cobertura regional de los chequeos, si bien fue menor en aquellas regiones geográficas que requieren mayor información local por hallarse en la periferia. En segundo lugar, se evidencia un equilibrio por verificar declaraciones públicas y contenidos virales en redes sociales.

La difusión de desinformación en formato multimedia (vídeo, foto o audio) requiere reforzar y capacitar a la comunidad de periodistas en nuevas habilidades y herramientas que sirvan como evidencia de las verificaciones. Los resultados muestran que cuando se valida o refuta solo una parte del contenido, la extensión de la verificación es significativamente mayor, lo cual evidencia la necesidad de incorporar explicaciones razonadas, testimonios de fuentes expertas y datos para justificar la calificación en el marco de las lógicas discursivas. Respecto de las temáticas, destacan los contenidos para confundir en aspectos procedimentales sobre las elecciones y en asuntos de justicia y economía.

Por último, esta investigación aporta evidencias empíricas sobre el compromiso con la imparcialidad ideológica del periodismo de verificación. Los resultados muestran que las evaluaciones de RedCheq estuvieron equilibradas entre todas las adscripciones ideológicas. Futuras líneas de investigación deberían analizar de forma integral los procesos relacionados con la selección de contenidos, fuentes, calificaciones y consistencia entre medios, para aportar mayor claridad sobre el proceso de elaboración de noticias, clave para su proceso de legitimación dentro de la ecología de los medios de comunicación.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a Laura Sofía Ortiz Calderón, graduada en Ciencias Políticas por la Universidad de Ibagué, por su ayuda y contribución en las distintas fases de la investigación.

FINANCIAMIENTO

Este artículo forma parte del Proyecto 'Knocking down fakes news: Analysing Fact-checking journalism processes and effects', financiado por la Universidad de Ibagué (Tolima, Colombia). Código del project: 20-011-INT.

REFERENCIAS

- Amazeen, M. A. (2019). Practitioner perceptions: Critical junctures and the global emergence and challenges of fact-checking. *International Communication Gazette*, 81(6-8), 541-561. <https://doi.org/10.1177/1748048518817674>
- Amazeen, M. A. (2015). Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. *Critical Review*, 27(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>
- Bernhard, L. (2021). Fact-checking direct democracy. When journalists set out to correct misinformation. In S. Baume, V. Boillet, & V. Martenet (Eds.), *Misinformation in Referenda* (pp. 77-90). Routledge.

- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Chaparro-Domínguez, M. Á. (2018). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice*, 12(9), 1109-1129. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1363657>
- Carrera, P. (2018). Estratagemas de la posverdad (The stratagems of post-truth). *Revista Latina De Comunicación Social*, (73), 1469-1481. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1317>
- Cheruiyot, D. & Ferrer-Conill, R. (2018). "Fact-Checking Africa". Epistemologies, data and the expansion of journalistic discourse. *Digital Journalism*, 6(8), 964-975. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493940>
- Corporación Latinobarómetro. (2018). *Corporación Latinobarómetro 2018*. Santiago de Chile. <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>
- Cortés, C. & Peñarredonda, J. (2018). Politics (on WhatsApp) is Dynamic: Disinformation and the Spread of Political 'Chains' in Colombia. *Linterna verde*. Retrieved from <https://bit.ly/3P9DzVE>
- Dajer, D. (2021). Colombia: The use of social media in democratic spaces: a double-edged sword. In L. Schirch (Ed.), *Social Media Impacts on Conflict and Democracy* (pp. 59-80). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003087649>
- DANE. (2019a). *Censo nacional de población y vivienda* (National Population and Housing Census). <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#/>
- DANE. (2019b). Encuesta de cultura política (ECP) (Political culture survey). <https://www.dane.gov.co/index.php/comunicados-y-boletines/estadisticas-sociales/cultura-politica>
- DANE. (2019c). *PIB por departamento. (GDP by department)*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>
- de Rezende-Damasceno, D. & Patrício, E. (2020). JOURNALISM AND FACT-CHECKING: typification of sources used for checking and criteria for selecting fact-checked material –an analysis by Agência Lupa and Aos Fatos. *Brazilian Journalism Research*, 16(2), 368-393. <https://doi.org/10.25200/BJR.v16n2.2020.1212>
- Duque-Daza, J. (2014). Partidos y partidismo. Los partidos políticos colombianos y su enraizamiento en la sociedad (Parties and partisanship. Colombian political parties and their roots in the society). *Revista De La Facultad De Derecho Y Ciencias Políticas*, 44(120), 311-347. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/3265>
- Duque-Daza, J. (2019). La oposición partidista en Colombia 2010-2018. Radicalización de derecha y confrontación de izquierda. (Party Opposition in Colombia 2010-2018. Right-wing Radicalization and Left-wing Confrontation). *Fórum. Revista Departamento de Ciencia Política*, (16), 59-92. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n16.78258>
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2019). *Cartografías de la información (Information mapping)*. <https://bit.ly/3QsSjPv>
- Graves, L. (2017). Anatomy of a Fact Check: Objective Practice and the Contested Epistemology of Fact Checking. *Communication, Culture & Critique*, 10(3), 518-537. <https://doi.org/10.1111/cccr.12163>
- Graves, L. (2018). Boundaries Not Drawn. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2016.1196602>

- Graves, L. & Cherubini, F. (2016). *The Rise of Fact-Checking Sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>
- Graves, L. & Konieczna, M. (2015). Qualitative Political Communication| Sharing the News: Journalistic Collaboration as Field Repair. *International Journal of Communication*, 9, 19. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3381>
- Graves, L., Nyhan, B., & Reifler, J. (2016). Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking. *Journal of Communication*, 66(1), 102-138. <https://doi.org/10.1111/jcom.12198>
- Helberger, N. (2020). The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power. *Digital Journalism*, 8(6), 842-854. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773888>
- Humphrecht, E. (2020). How Do They Debunk “Fake News” A Cross-National Comparison of Transparency in Fact Checks. *Digital Journalism*, 8(3), 310-327. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1691031>
- Josephi, B. (2013). How much democracy does journalism need? *Journalism*, 14(4), 474-489. <https://doi.org/10.1177/1464884912464172>
- Lim, C. (2018). Checking how fact-checkers check. *Research & Politics*, 5(3), 1-7. <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>
- Lowrey, W. (2017). The Emergence and Development of News Factchecking Sites. Institutional logics and population ecology. *Journalism Studies*, 18(3), 376-394. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>
- Lyons, B., Mérola, V., Reifler, J., & Stoeckel, F. (2020). How Politics Shape Views Toward Fact-Checking: Evidence from Six European Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 469-492. <https://doi.org/10.1177/1940161220921732>
- Marchal, N., Neudert, L., Kollanyi, B., & Howard, P. N. (2018). *Polarization, Partisanship and Junk News Consumption on Social Media During the 2018 US Midterm Elections*. Project on Computational Propaganda. <https://bit.ly/3SpaEzI>
- Marietta, M., Barker, D. & Bowser, T. (2015). Fact-Checking Polarized Politics: Does The Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities? *The Forum*, 13(4), 577-596. <https://doi.org/10.1515/for-2015-0040>
- Mathews, N. (2020). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250-1265. <https://doi.org/10.1177/1464884920957885>
- Medina-Uribe, P. (2018). In Colombia, a WhatsApp campaign against *Posverdad*. *The Wilson Quarterly*. <https://www.wilsonquarterly.com/quarterly/the-disinformation-age/in-colombia-a-whatsapp-campaign-against-posverdad>
- Mena, P. (2019). Principles and Boundaries of Fact-Checking: Journalists’ Perceptions. *Journalism Practice*, 13(6), 657-672. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1547655>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Craig, R., & Kleis-Nielsen, R. (2021). *Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

- Nyhan, B. & Reifler, J. (2014). The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators. *American Journal of Political Science*, 59(3), 628-640. <https://doi.org/10.1111/ajps.12162>
- Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., & Wood, T. J. (2019). Taking Fact-Checks Literally But Not Seriously? The Effects of Journalistic Fact-Checking on Factual Beliefs and Candidate Favorability. *Political Behavior*, 42, 939-960. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09528-x>
- Palau-Sampio, D. (2018). Fact-checking y vigilancia del poder: La verificación del discurso público en los nuevos medios de América Latina (Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America). *Communication & Society*, 31(3), 347-365. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-363>
- Robertson, C. T., Mourão, R. R., & Thorson, E. (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-Pérez, C., Paniagua-Rojano, F. J., & Magallón-Rosa, R. (2021). Debunking Political Disinformation through Journalists' Perceptions: An Analysis of Colombia's Fact-Checking News Practices. *Media and Communication*, 9(1), 264-275. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3374>
- Singer, J. B. (2020). 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>
- Tenove, C. (2020). Protecting Democracy from Disinformation: Normative Threats and Policy Responses. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 517-537. <https://doi.org/10.1177/1940161220918740>
- Thomson, T. J., Angus, D., Dootson, P., Hurcombe, E., & Smith, A. (2020). Visual Mis/disinformation in Journalism and Public Communications: Current Verification Practices, Challenges, and Future Opportunities. *Journalism Practice*, 16(5), 938-962. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1832139>
- Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., & Murcia Verdú, F. J. (2022). Combatir las noticias falsas. El perfil profesional del verificador de la información en España (Fight fake news. The professional profile of the information verifier in Spain). *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, (155), 265-295. <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1365>
- Uscinski, J. E. (2015). The Epistemology of Fact Checking (Is Still Naive): Rejoinder to Amazeen. *Critical Review*, 27(2), 243-252. <https://doi.org/10.1080/08913811.2015.1055892>
- Uscinski, J. E. & Butler, R. W. (2013). The Epistemology of Fact Checking. *Critical Review*, 25(2), 162-180. <https://doi.org/10.1080/08913811.2013.843872>
- Valencia-Nieto, D. G., Pereira-González, J. M., & Rodríguez-Leuro, J. A. (2019). Condiciones Laborales y Sociales de los Periodistas en las Regiones de Colombia (Labor and Social Conditions of Journalists in the Regions of Colombia). *Mediaciones Sociales*, 18, 85-105. <https://doi.org/10.5209/meso.66907>

- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, Á., & López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo (Technological and communicative innovation to fight misinformation: 135 experiences for a change of direction). *Profesional De La Información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Wintersieck, A. L. (2017). Debating the Truth: The Impact of Fact-Checking During Electoral Debates. *American Politics Research*, 45(2), 304– 331. <https://doi.org/10.1177/1532673X16686555>
- Zommer, L. (2015). El boom del fact checking y la vuelta a las fuentes (The fact checking boom and the return to sources). In G. Roitberg & F. Piccato (Comps.), *Periodismo disruptivo* (Disruptive Journalism) (pp. 111-118)). La Crujía.

SOBRE LOS AUTORES

CARLOS RODRÍGUEZ-PÉREZ, es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana (Colombia). Estudiante de doctorado en la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Magíster en Comunicación Política e Institucional en el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de Madrid y Magíster en Marketing, Consultoría y Comunicación Política en la Universidad de Santiago de Compostela. Graduado en Periodismo y en Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III de Madrid.

 <https://orcid.org/0000-0002-4830-5554>

DAFNE CALVO, es doctora en Comunicación e investigadora postdoctoral en la Universitat de València. Ha realizado estancias en otros centros de investigación, especialmente de América Latina. Ha pertenecido a cinco proyectos i+D nacionales desde 2015 y sus investigaciones han recibido financiación de diversas instituciones públicas y privadas. Compatibiliza su trabajo académico con la colaboración en diversas producciones periodísticas, encuentros y eventos de divulgación. Sus intereses académicos se centran en la participación política, la comunicación digital y la cultura libre.

 <https://orcid.org/0000-0003-0659-6792>

EVA CAMPOS-DOMÍNGUEZ, es profesora de Periodismo en la Universidad de Valladolid. Beca Leonardo de la Fundación BBVA y co-Investigadora Principal del proyecto Flujos de desinformación, polarización y crisis de la intermediación mediática (Disflows) del grupo Mediaflows. Desde hace más de 15 años ha investigado el desarrollo de la comunicación política digital. Es autora y coautora de varias publicaciones que abordan las transformaciones contemporáneas de la comunicación política en Internet.

 <https://orcid.org/0000-0002-8970-7947>