

Instrumentos de rendición de cuentas ante la desinformación



Plataformas de verificación internacional

Autores: Ruth Rodriguez Martínez (UPF), Marcel Mauri de los Rios (UPF), Xavier Ramon Vegas (UPF), Júlia Vilasís-Pamos (UPF), Christopher David Tulloch (UPF), Marta Pérez Pereiro (Universidade de Santiago de Compostela), Montserrat Morata Santos (Universidad Complutense de Madrid, UCM), Victoria Isabel Moreno Gil (Universidad Nebrija), Aitor Zuberogoitia (Mondragon Unibertsitatea, MU), Txema Egaña Osa (MU), María Ángeles Chaparro Domínguez (UCM), Susana Herrera Damas (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M), José Luis Rojos Torrijos (Universidad de Sevilla), María Luengo (UC3M), José Luis Requejo Alemán (UC3M), Laura Fanals Gubau (UPF), María del Pilar Suárez López (UPF), Roger Cuartielles (UPF), Saman Choudary (UPF)

Una publicación del Grupo de Investigación **FACCTMedia**

Julio de 2024

Grupo de Investigación FACCTMedia

Universitat Pompeu Fabra

Roc Boronat, 138, despacho 53.802

08018 Barcelona

<https://facctmedia.com>

Contacto: teléfono +34 93 542 2347| ruth.rodriguez@upf.edu

CC Ruth Rodriguez Martínez, Marcel Mauri de los Rios, Xavier Ramon Vegas, Júlia Vilasís-Pamos, Christopher David Tulloch, Marta Pérez Pereiro, Montserrat Morata Santos, Victoria Isabel Moreno Gil, Aitor Zuberogoitia, Txema Egaña Osa, María Ángeles Chaparro Domínguez, Susana Herrera Damas, José Luis Rojos Torrijos, María Luengo, José Luis Requejo Alemán, Laura Fanals Gubau, María del Pilar Suárez López, Roger Cuartielles, Saman Choudary

Julio 2024

Obra distribuida bajo licencia CC



Forma recomendada de citación: Ruth Rodriguez Martínez, Marcel Mauri de los Rios, Xavier Ramon Vegas, Júlia Vilasís-Pamos, Christopher David Tulloch, Marta Pérez Pereiro, Montserrat Morata Santos, Victoria Isabel Moreno Gil, Aitor Zuberogoitia, Txema Egaña Osa, María Ángeles Chaparro Domínguez, Susana Herrera Damas, José Luis Rojos Torrijos, María Luengo, José Luis Requejo Alemán, Laura Fanals Gubau, María del Pilar Suárez López, Roger Cuartielles, Saman Choudary. *Plataformas de verificación internacional*. Barcelona:

Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación, 2024 (Serie Editorial FACCTMedia).

Serie Editorial FACCTMedia

Ministerio de Ciencia e Innovación

PID2019-106367GB-I00/AEI/10.13039/501100011033

índice

1. Producidas de forma externa a las empresas o grupos mediáticos
 - 1.1. ONG
 - 1.1.1. Arabia Saudí: No Rumors
 - 1.1.2. Bélgica: EU Disinfo LAB
 - 1.1.3. Bolivia: Bolivia Verifica
 - 1.1.4. Colombia: Colombia Check
 - 1.1.5. Dinamarca: Tjekdet
 - 1.1.6. Escocia: Ferret Fact Service, de The Ferret
 - 1.1.7. Francia: Climate Feedback, Les Surligneurs y Science Feedback
 - 1.1.8. Grecia: Ellinika Hoaxe
 - 1.1.9. Iraq: Tech 4 Peace
 - 1.1.10. Italia: Pagella Política
 - 1.1.11. Lituania: Eu DisinfoLab
 - 1.1.12. Polonia: Demagog
 - 1.1.13. Reino Unido: Full Fact
 - 1.1.14. Rumanía: Factual
 - 1.1.15. Estados Unidos: FactCheck.org
 - 1.2. Universidad o centro de investigación
 - 1.2.1. Bolivia: Chequea Bolivia
 - 1.2.2. Ecuador: Ecuador Chequea
 - 1.2.3. Estados Unidos: Politifact
 - 1.2.4. Francia: Lui Président
 - 1.2.5. Holanda: FHJ Factory
 - 1.2.6. India: First Check
2. Producidas dentro de empresas o grupos mediáticos
 - 2.1. Alemania: ARD FaktenFinder i BR24 #Faktenfuchs
 - 2.3. Estados Unidos: Snopes y Fact Checker
 - 2.4. Francia: AFP Fact Check, InfoMigrants, Les Décodeurs de Le Monde, Les Observateurs - France 24, Vrai ou fake? - France info
 - 2.5. Noruega: Faktisk
 - 2.6. Portugal: Fact Check Observador
 - 2.7. Reino Unido: BBC Reality Check
3. Otras fórmulas
 - 3.1. Argentina: Chequeado
 - 3.2. Brasil: Agencia Lupa, Aos fatos, Boatos.org, E-farsas
 - 3.3. Chile: Mala Espina Check
 - 3.4. Estados Unidos: Factchequeado
 - 3.5. Irán: Fact-Nameh ("The Book of Facts")

3.6. Portugal: Polígrafo

3.7. República Checa: Nelez

4. Tabla-resumen de las entrevistas realizadas a editores y periodistas de plataformas de verificación de información en el contexto internacional

Plataformas de verificación internacional

1. Producidas de forma externa a las empresas o grupos mediáticos

1.1. ONG

1.1.1. Arabia Saudí: No Rumors

La Comisión Anti rumores es un proyecto independiente que se estableció en 2012 para abordar y contener los rumores y la sedición para que no perjudiquen a la sociedad al exponer a los propagadores de mentiras que pretenden agitar a la opinión pública mediante la sensibilización y el esclarecimiento de las la verdad a través de fuentes oficiales. Norumors.net

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Respecto a la verificación de notas escritas no tienen continuidad, de hecho, su última publicación data de octubre de 2021, sin embargo, respecto a la verificación de vídeos que circulan en redes sociales y whatsapp, son muy activos. En el mes de junio publicaron 9 verificaciones.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Utilizan el color rojo para señalar la información falsa y el verde para la información verdadera.

	
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No.</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>No.</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>No.</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>No.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene</p>	<p>No.</p>

por ellas	
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Facebook, twitter, snapchat, Instagram, telegram, YouTube.
11. Inclusión de formatos explicativos	No.
12. Variedad temática de las verificaciones	No.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Si. Cuentan con un formulario a través del cual las personas envían el rumor que quieren que se verifique. También proporcionan un correo electrónico y un teléfono. http://norumors.net/?page_id=9
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí.

1.1.2. Bélgica: EU Disinfo LAB

Es una organización independiente sin ánimo de lucro dedicada a combatir la desinformación en el contexto de la UE. Realizan investigaciones y publican estudios e informes con recomendaciones para estados miembros.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
---	---

1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Informes y estudios de periodicidad variable.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí. Pone e disposición de medios y particulares herramientas de acceso libre para detectar la desinformación. https://www.disinfo.eu/resources/tools-to-monitor-disinformation
6. Especificar las fuentes de financiación	No.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene	Sí. Forma parte del European Fact-Checking Standards Project, junto con otros cinco fact-checkers europeos (AFP (France), Correctiv (Germany), Demagog (Poland), Pagella Politica/ Facta (Italy) y Maldita.es (Spain). Este consorcio cuenta

por ellas	con el respaldo de la Comisión Europea para fijar entre 2022 y 2023 los estándares de independencia, transparencia y calidad metodológica y periodística necesarios para ser reconocidos como organizaciones independientes de verificación en Europa.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter, LinkedIn y Youtube.
11. Inclusión de formatos explicativos	No.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Pone a disposición de usuarios recursos con tips para hacer frente a la desinformación.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí.

1.1.3. Bolivia: Bolivia Verifica

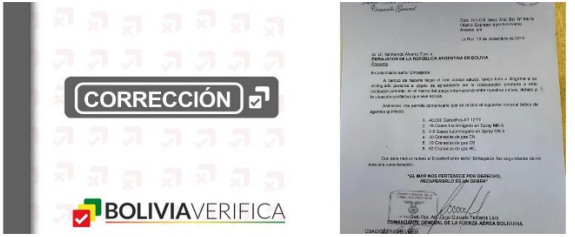

Es una iniciativa promovida por la Fundación para el Periodismo, una organización sin ánimo de lucro nacional con sede en La Paz dedicada específicamente a fact-checking. Responde, por tanto, al modelo ONG

(organización externa a los medios). Es la primera iniciativa de fact-checking sin ánimo de lucro del país.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Desde cuándo? (especificar año)	Sí. 2020.
2. Regularidad de publicación	Entre 90 y 120 publicaciones por mes.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. Cuenta con una metodología muy clara y bien detallada en su sitio web. Incluye el siguiente protocolo de verificación del discurso, que tiene ocho pasos y siguen todos sus periodistas: 1) Seleccionar una frase del ámbito público y/o una publicación viral que circula en redes sociales. 2) Ponderar su relevancia. 3) Consultar a la fuente original. 4) Consultar a la fuente oficial. 5) Consultar a fuentes alternativas. 6) Ubicar en contexto. 7) Confirmar, relativizar o desmentir la afirmación. 8) Calificar y clasificar la nota dentro de las categorías que trabajamos.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí Trabajan con cuatro categorías para clasificar el resultado de la verificación: 1) Verdadero. La afirmación demostró ser verdadera al ser contrastada con las fuentes y datos más serios y confiables. 2) Falso. Las afirmaciones carecen de sustento y no tienen coherencia con los hechos reales o los documentos de respaldo. 3) Engañoso. La afirmación puede coincidir parcialmente con ciertos datos, pero -intencionalmente o no- fue manipulada para generar un mensaje en particular. Es decir, se mezclan datos verdaderos con falsedades para engañar

	<p>al lector o audiencia.</p> <p>4) No verificable. Son productos que no cuentan con respaldos estadísticos o documentales necesarios con los que se puedan contrastar datos. No son verificables los memes debido a que no circulan en las redes con formatos de productos informativos y son fácilmente identificables. No son objeto de verificación opiniones, comentarios o enunciados de compromisos o proyecciones de largo plazo.</p>
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	No las menciona en la web y las esboza en la web de la Fundación para el Periodismo: fondos y convocatorias de ayudas.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. La estructura de lo que llaman Observatorio Bolivia Verifica, es una pequeña parte de un organigrama superior, que es el de la Fundación para el Periodismo, que además incluye una red de apoyo a periodistas y un departamento de formación. En Bolivia Verifica, aunque hablan de periodistas, solo aparecen en el organigrama las siguientes personas: Carolina Méndez Valencia (Editora en jefe); Adriana Olivera (Periodista); Sergio Ballón (Administrador web).
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	<p>Sí. Forma parte de de la alianza LATAM Chequea, red colaborativa que ha reúne hasta la fecha a 30 organizaciones de 21 países, con actores como Chequeado (Argentina) o Animal Político (México), y que adicionalmente a las verificaciones actualizan el panorama de las medidas de gobiernos.</p> <p>Además, recibe capacitación de diversas organizaciones como "Chequeado.com"</p>

	<p>de Argentina, "Maldita.es" de España, "Proyecto Desconfío" de Argentina, "Politifact" de los EE.UU. y la Fundación Thomson Reuters del Reino Unido, entre otras. Actualmente trabajan con la metodología de verificación de la desinformación y del discurso político de Chequeado.com, porque consideran que es la que más se ajusta a sus criterios.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>Habla de "socios estratégicos", entre los que se encuentra la mayor parte de medios y varias universidades del país andino.</p> 
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>Sí. Facebook, Twitter y WhatsApp. En esta red de mensajería cuenta con un chatbox que ayuda al usuario a buscar los temas que le interesan.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>No.</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Sí.</p>
<p>13. Posibilidad de participación por parte de</p>	<p>Sí.</p>

<p>los usuarios a través de múltiples canales</p>	
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Sí. Tiene un apartado específico que explica su política de rectificaciones y correcciones, y donde publica cuáles son las notas corregidas y por qué. Establece tres niveles de categorías de modificación a la nota: "rectificación" es la palabra usada para cambiar la categoría inicialmente asignada, "corrección" se refiere a una conclusión errada que merece ser revisada pero que no necesariamente significa el cambio de categoría y finalmente "actualización" es la complementación de la información dada cuando surgen nuevos datos a considerar.</p> <p>NOTAS CORREGIDAS (+)</p> <div data-bbox="667 936 1300 1556">  <p>Corrección: No es posible saber hasta el momento si la carta de Terceros agradeciendo al gobierno argentino es falsa o no</p> <p>El canciller de Bolivia, Rogelio Mayta, mostró el jueves en la noche una carta supuestamente firmada por el excomandante de la Fuerza Aérea Boliviana, Jorge Terceros, misiva en la que el exjefe de la aviación militar agradece al entonces Gobierno argentino de Mauricio Macri el envío de material antimotín para la Policía boliviana. Es contenido falso. El documento tiene como fecha un día posterior al cese de funciones del Alto Mando de las Fuerzas Armadas (FFAA).</p> <p> Bolivia Verifica 🔗</p> </div>

1.1.4. Colombia: Colombiacheck

La plataforma Colombiacheck, creada en 2016, es una organización externa a los medios que sigue el modelo ONG. Es la primera iniciativa de fact-checking en Colombia. Cuenta con una metodología de trabajo exhaustiva. Se presenta como un proyecto de Consejo de Redacción, una organización sin ánimo de lucro, no partidaria, que reúne a más de cien periodistas asociados en Colombia para promover el periodismo de investigación.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Desde cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2018. También forma parte de la red LATAM Chequea.
2. Regularidad de publicación	Sí
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No. El sitio web de la plataforma analizada no hace referencia a herramientas open access o de creación propia que empleen para verificar materiales textuales y audiovisuales.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí.

8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí, especifica las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas, así como el total de la remuneración obtenida cada año, pero sin desglosar ni especificar la remuneración obtenida con cada colaboración.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí, proporciona un espacio donde se especifica la política de corrección de errores, pero No donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No consta su capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sería deseable que estas plataformas independientes de fact-checking pudiesen analizar también la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación. En este

	caso su modelo se basa en verificar discurso público.
--	---

1.1.5. Dinamarca: Tjekdet

TjekDet es el medio de comunicación políticamente independiente de Dinamarca que comprueba los hechos. Comprobamos los hechos en el debate público y corregimos o matizamos cuando es necesario. La lucha contra la desinformación y la desinformación ha sido el principal objetivo de TjekDet desde que el medio vio la luz por primera vez en noviembre de 2016. Aquí puedes leer más sobre nosotros, conocer mejor cómo trabajamos, nuestra base financiera y quién está detrás de los medios de comunicación.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	Sí, diario.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí, concretan lo siguiente: " Sólo podemos alcanzar nuestros objetivos con su ayuda. Estamos dispuestos a comprobar una afirmación, declaración o mensaje que haya oído o visto en el debate público. Y si incluso has investigado sobre el tema, también nos encantaría recibir tu material. Queremos implicar a todos los lectores en el proceso y te animamos a que nos ayudes a mejorar la calidad del debate público comprobando los hechos. Escríbanos a tip@tjekdet.dk o utilice nuestro formulario especial. Evaluamos cuidadosamente cada dato, y comprobamos si cumple nuestras directrices éticas y editoriales generales sobre cuándo comprobamos los hechos y cuándo podemos hacerlo. Si no se cumplen los requisitos necesarios, el equipo editorial se abstendrá de comprobar los hechos."
4. Registra las categorías	No

empleadas para clasificar las verificaciones	
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí, se publica una serie de videos, la serie de podcasts Digital Detective y material didáctico. Los videos del proyecto se producen en colaboración con R/OXY y OXYMORON.
6. Especificar las fuentes de financiación	<p>Sí, concretan las fuentes de financiación en cada ejercicio económico. La información más actualizada contiene lo siguiente:</p> <p>Para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023, la base financiera de la asociación consiste actualmente en lo siguiente:</p> <p>Facebook ha designado a TjekDet como tercero verificador de hechos en Dinamarca. La designación exige que un medio de comprobación de hechos cuente con la certificación internacional IFCN. La colaboración implica que la plataforma social cubre los costes de investigación por artículo relacionado con esta colaboración. El volumen de artículos que entran dentro de este programa de terceros fluctúa, por lo que no es posible fijar una cantidad real para esta actividad este año. A finales de año, se informará aquí de los ingresos. Puede leer más sobre esta colaboración aquí.</p> <p>TjekDet es socio del proyecto nórdico denominado Observatorio Nórdico de Medios Digitales y Desorden Informativo (NORDIS) para el periodo 2022-2023. El proyecto reúne a universidades y medios de verificación de hechos en la región nórdica en un esfuerzo por combatir la desinformación y la desinformación. El proyecto está dirigido por la Universidad de Aarhus y financiado por una subvención del Programa de Trabajo Europa Digital de la UE. Las tareas de los medios de fact-checking en el proyecto</p>

consisten en parte en compartir conocimientos prácticos con investigadores sobre el tema a nivel teórico, y en parte en un proyecto de colaboración entre los medios de fact-checking nórdicos sobre el desarrollo de procesos de trabajo transnacionales que puedan reforzar la cooperación entre los medios en términos de intercambio de contenidos editoriales y desarrollo de materiales didácticos y seminarios sobre crítica de fuentes y alfabetización digital en general. Puede leer más sobre el proyecto NORDIS aquí. Se espera que la parte de la subvención correspondiente a TjekDet ascienda a 300.616 coronas danesas en 2023.

En el acuerdo sobre medios de comunicación de 2023 se incluye una subvención para el proyecto de 5.900.000 coronas danesas.

TjekDet ha solicitado y recibido una subvención de 400.000 coronas danesas de Google Dinamarca para un proyecto único de desarrollo de nuevo material didáctico digital e interactivo sobre desinformación, desinformación, crítica de las fuentes y uso general de los medios de comunicación. Google es el único patrocinador del proyecto y no ha participado ni participa en la descripción del proyecto ni en el proceso de desarrollo. El material está dirigido a niños y jóvenes de educación primaria y secundaria, muchos de los cuales obtienen sus noticias de los medios sociales más que de los medios de noticias tradicionales. El objetivo general de las herramientas digitales es dotar al grupo destinatario de las capacidades necesarias para comprender y abordar el sesgo informativo en las redes sociales y cómo afecta al debate democrático. Se espera que el equipo editorial de TjekDet inicie el proyecto en mayo de 2022 en colaboración con las organizaciones civiles pertinentes.

	<p>También se espera que los medios de comunicación realicen otras actividades generadoras de ingresos, que consistirán principalmente en actividades docentes y conferenciantes. Su alcance fluctúa de un año a otro, por lo que no es posible determinar una cantidad real, pero se espera que los ingresos estén a la par con los de años anteriores. A finales de 2023, los ingresos se harán públicos en esta página.</p> <p>TjekDet no tiene publicidad y es un universo de libre acceso.</p>
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí, son un equipo de 12 personas (periodistas e investigadoras)
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Detrás del proyecto está el Consejo de Medios para Niños y Jóvenes, Enigma - El Museo de Correos, Telecomunicaciones y Comunicación y FALS -La Asociación de Profesores en Ciencias Sociales. El proyecto también ha sido creado con el apoyo de la Bolsa para la Democracia del Ministerio de Cultura de Dinamarca.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y TikTok.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Tiene una explicación clara de su metodología de trabajo, donde admite la participación ciudadana en el proceso de verificación de noticias, tanto si se ha investigado como si se tiene sospecha de

	alguna noticia falsa.
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Sí. Concretan lo siguiente: " Proceso y política Si nosotros mismos descubrimos un error, lo corregiremos por iniciativa propia. Siempre respondemos a las consultas sobre errores o solicitudes de corrección. En el caso de quejas significativas basadas en hechos comprobados, el equipo editorial se tomará el tiempo necesario para verificar los hechos en los que se basa la consulta. Añadiremos a los artículos una declaración de qué y dónde se han hecho correcciones o adiciones en los artículos en cuestión, así como una explicación de las circunstancias en las que se produjo el error. Además, estas correcciones y adiciones se añaden a una lista general de artículos en los que se han realizado. La lista se encuentra al final de esta página. Si un error es material, cambiaremos la conclusión de nuestra comprobación de hechos, y las correcciones de carácter material deberán publicarse en todas nuestras plataformas de publicación, ya sea en nuestro sitio web o en las páginas de las redes sociales. Las correcciones y rectificaciones que tengan carácter de modificación de errores lingüísticos o formulaciones que no cambien inmediatamente el mensaje del artículo de forma significativa, se realizan sin ser divulgadas en los artículos. Los comentarios críticos generales u otras declaraciones generales de opinión sobre un artículo no se consideran una queja que entre dentro de las directrices anteriores."</p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra</p>	<p>Sí, material didáctico dirigido principalmente a jóvenes de 14 a 29 años. Es bidireccional y consta tanto de una campaña nacional como de un curso educativo destinado a estudiantes de</p>

la desinformación	escuela secundaria.
-------------------	---------------------

1.1.6. Escocia: Ferret Fact Service, de The Ferret

Ferret Fact Service es el primer servicio de comprobación de hechos no partidista de Escocia. Lanzado en la primavera de 2017, FFS fue el primer verificador de hechos escocés acreditado por el código de principios de los verificadores de hechos de la International Fact-Checking Network.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	Sí, pero bastante baja, de tres a seis publicaciones de media al mes.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	<p>Sí. Se explica qué contenidos se verifican (frases de políticos, expertos y figuras públicas importantes; afirmaciones, bulos y memes que se viralizan). Antes de empezar una verificación se preguntan: si es verificable (no se chequean opiniones), si tiene el potencial de llegar a mucha gente, cuál es la fuente de la afirmación (deben, por lo general, ser políticos o figuras de relevancia pública), si es de interés noticioso.</p> <p>Los chequeos suelen partir de la escucha de programas de TV, radio (debates o discursos), periódicos y sitios web. También pueden llevarse a cabo a partir de peticiones de la audiencia (por email o a través de Facebook).</p> <p>Una vez deciden qué frase se va a analizar, contactan con la persona que ha hecho la afirmación, después acuden a fuentes fiables y, si es necesario, consultan con expertos.</p> <p>Se añaden los enlaces a todos los documentos y datos empleados para la verificación.</p>
4. Registra las categorías	Sí. Emplean seis etiquetas para los fact-

empleadas para clasificar las verificaciones	checks: verdadero, mayormente cierto, verdad a medias, mayormente falso, falso, for fact's sake (infundado, ridículo o lógicamente imposible), no confirmado (no se puede emitir un juicio concluyente).
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No. No se ha encontrado esta sección ni en el apartado dedicado a la metodología de trabajo ni en el de 'Quiénes somos' (si bien este último se refiera al proyecto de The Ferret en general y no específicamente al servicio de fact-checking).
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí/No Explica claramente que el proyecto es posible gracias a la financiación de la Google Digital News Initiative (DNI). Publica sus balances anuales https://mutuals.fca.org.uk/Search/Society/18834 aunque no he encontrado las cantidades exactas recibidas por cada pagador/mecenas.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Se trata de una sociedad cooperativa en la que los periodistas son miembros con poder de elección de los directores periodistas, mientras que los lectores miembros tienen capacidad para escoger a los directores lectores. Aparecen todos los periodistas que trabajan en la organización, con una breve biografía y su cargo. Explica que ninguno de los directores es miembro de ningún partido político, así como que el compromiso de The Ferret es tomar una postura anti-partidista en su trabajo.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. En este caso habla concretamente de entidades vinculadas al fact-checking como Poynter, Tapewrite, Duke Reporter's Lab, Centre for Investigative Journalism, Centre for Community Journalism.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la	Sí Detalla las empresas/organizaciones con las que The Ferret ha trabajado y ha obtenido un beneficio económico (o apoyo de otro tipo) y detalla específicamente la remuneración

remuneración que obtiene por ellas	obtenida (y de quién) por debajo y por encima de 10.000 libras: https://theferret.scot/transparency/
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí/No Presencia en redes (Twitter y Facebook), pero no tiene una cuenta específica para el servicio de fact-checking.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Se localizan dentro de la sección general de verificaciones bajo el encabezamiento "FFS (Ferret Fact Service) explains".
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí, temas de Política (de forma mayoritaria), pero también Internacional (guerra Ucrania), Salud (Covid-19), Migración, Sociedad, etc.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Tanto para el envío sugerencias de cheques (email y Facebook) como para el de correcciones y actualizaciones (mail Facebook, Twitter).
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí. Ésta aparece dentro del apartado "Ferret Fact Service", donde se hace alusión a los canales para que la audiencia se ponga en contacto. Asegura que si hay errores en un artículo se reflejan, así cómo se informa de qué cambios se han hecho en la parte inferior del artículo. Asimismo, refleja que, en el caso de que haya datos nuevos que alteren la conclusión del chequeo, pueden actualizar el artículo para reflejar el cambio, pero la verificación debe verse como una evaluación de veracidad en el momento en el que se redactó el artículo. En el apartado de Transparencia hay un enlace a todas las quejas recibidas y su valoración por parte de una organización externa (Impress). https://www.impress.press/complaints/complaint-decisions.html
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra	No. Al margen de los textos explicativos, de algunas recomendaciones para que los lectores sepan identificar desinformación (al final de algunos artículos) y de su podcast (The FFS

la desinformación	Show), no aparece en el sitio web ninguna información relacionada con proyectos de educación mediática.
16. Verifica al propio medio con equipos de fact-checkers 'blindados'	No. No hay ningún ejemplo ni de lo primero ni de lo segundo entre sus artículos.

1.1.7. Francia: Climate Feedback, Les Surligneurs y Science Feedback

Climate Feedback es una organización sin ánimo de lucro establecida en Francia desde 2015. Se trata de una red mundial de científicos que evalúan colectivamente la credibilidad de la cobertura mediática influyente sobre el cambio climático.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	No consta que forme parte de IFCN en la actualidad, pero su web indicaba que estaba acreditada en 2018. Sin embargo, SI está registrada Science Feedback, que es la organización no gubernamental de la que depende Climate Feedback
2. Regularidad de publicación	No presenta publicaciones regulares. Las últimas verificaciones son de dos meses anteriores.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Climate Feedback basa sus verificaciones en el trabajo de una comunidad científica que debe responder por sus propias verificaciones, que han de estar basadas en la aplicación del método científico y del uso de fuentes académicas. Sin embargo, no se presenta un protocolo de realización de verificaciones al que deban ceñirse quienes participen en la página.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Aunque no se explicita en su metodología, un recorrido por la web permite identificar las siguientes etiquetas: "incorrect", "mostly accurate", "misleading", "inaccurate", "unsupported", "accurate", "lacks context", "correct", "flawed reasoning" y "imprecise".
5. Hace referencia a	No hace referencia a herramientas al

herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	basarse en métodos propios de cada científica o científico que participa en la verificación.
6. Especificar las fuentes de financiación	Science Feedback tiene una web en la que se solicitan donaciones para funcionar como organización sin ánimo de lucro. En su web, puede encontrarse una página en la que se indican con que compañías tienen acuerdos comerciales para verificar contenidos y se incluye una lista de las y los donantes particulares.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	La web de Climate Feedback remite a la estructura de organización de Science Feedback. La organización presenta un organigrama claro y una lista de las y los profesionales que contribuyen a la web con sus verificaciones. También una parte de la web de Climate Feedback presenta una foto y filiación académica de quienes contribuyen, decenas de científicas y científicos.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Science Feedback verifica para Facebook, pero no presenta alianzas con otras iniciativas de verificación.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	En su web, Science Feedback explica las relaciones con empresas, universidades e instituciones sin ánimo de lucro para las que trabaja, que financian su trabajo o que, con carácter gratuito, han realizado servicios para su constitución.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Climate Feedback tiene cuentas en Facebook y Twitter con publicaciones irregulares y una base de followers alta (12.000 en Facebook y 13.300 en Twitter) pero no mucha actividad.
11. Inclusión de formatos explicativos	No aparecen formatos en los que se explique como se verifica, sin embargo, el tipo de artículo extenso propio de la publicación favorece un relato en el que se explican con detalle los elementos de contenido susceptibles de verificación.

12. Variedad temática de las verificaciones	Al tratarse de una página de fact-checking temática, los temas son de carácter especializado.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No se presenta la posibilidad de que público general participe más allá de dejar opiniones en las redes sociales.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No aparece en la web un apartado de estas características.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No se muestran campañas de este tipo, pero el trabajo de la web tiene que ver con la idea de educar sobre cuestiones ambientales.
16. Verifica al propio medio con equipos de fact-checkers 'blindados'	Analiza la tarea de medios pero, por su propia naturaleza, y por no ser un medio de comunicación, no se verifican sus contenidos, que, tal y como se indica, dependen de sus autores y autoras.

Les Surligneurs se define como un "grupo apartidista de profesores e investigadores de Derecho", establecido en Francia y creado el año 2017. Su objetivo es la verificación del cumplimiento de la ley de las declaraciones realizadas por personajes públicos y el análisis de la actualidad política desde un punto de vista jurídico.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	Sí, desde 2021.
2. Regularidad de publicación	Sí. Se realizan publicaciones cada 2-3 días.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. En el apartado "Notre Methode" se expone detalladamente la metodología utilizada para hacer las verificaciones, desde la elección de las declaraciones a verificar hasta el margen de

	interpretación de la normativa.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí. Utiliza numerosas categorías como "falso", "difícil", "problemático" "jurídicamente inexacto", "reduccionista" o "cierto pero arriesgado", entre otras, para calificar y clasificar las verificaciones.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí. Hay un apartado donde se especifica el porcentaje de financiación que aportan diferentes instituciones: la Fundación Francis-Lefèbvre (40%), la Fundación Hippocrène (10%), el laboratorio VIP de la Universidad de Paris-Saclay (5%) y la Comisión Europea (35%). También hay aportaciones de particulares y se permite que la ciudadanía pueda hacer aportaciones para campañas concretas. Por ejemplo, en 2022 se ha realizado una campaña de financiación para poder verificar las declaraciones realizadas durante las elecciones legislativas, y aparece la cantidad de dinero recaptado por esta vía (3.334 euros).
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Aunque el colectivo está formado por 40 investigadores y 150 estudiantes, en la página web aparece el nombre, fotografía y currículum del "núcleo duro": comité de dirección, comité de redacción y equipo técnico.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. Según consta en la web, tienen acuerdos con Les Decodéurs, Reporteros sin Fronteras, el Centro de Investigación Versailles-Saint Quentin de Instituciones Públicas, la Fundación Hippocrène, Public Senat, Journalism Trust Initiative, Amics Curiae, la Comisión Europea y Vigo. También colabora con el Observatoire Européen des médias numériques contre la désinformation (EDMO) y el

	Observatoire des initiatives de lutte contre la désinformation.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí/no. Aparecen colaboraciones con Libération, Radio Nova, Le Point, NHK World, France Culture y M6, pero no aparecen las posibles remuneraciones.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Presencia y publicaciones regulares en Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn y Spotify (en formato podcast).
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Su voluntad divulgativa se traduce en la producción de dos podcasts, uno de los cuales intenta "deconstruir" ideas que llegan sobre Europa y el otro intenta explicar, de forma didáctica, los entresijos de algunas de las sentencias más importantes de la historia de Francia. También se preparan quiz o preguntas para que los ciudadanos puedan poner a prueba sus conocimientos, se escriben artículos divulgativos y se organizan jornadas de debate.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí/no. Aunque la base es el derecho, dentro de este se tratan varios temas: finanzas, terrorismo, temas internacionales como la guerra de Ucrania, trabajo, Unión Europea...
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Además de las interacciones a través de las redes sociales, hay un correo electrónico para poder sugerir temas a verificar o para unirse al equipo de investigadores.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática	Sí. Se puede considerar que lo hacen a través de la organización de jornadas de debate.

para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	
16. Verifica al propio medio con equipos de fact-checkers 'blindados'	No.

Science Feedback es una red mundial de científicos que separan la realidad de la ficción en la cobertura mediática de la ciencia. El objetivo de Science Feedback es ayudar a los lectores a saber en qué noticias confiar. La organización está establecida en Francia desde 2017.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	Science Feedback es muy activa en términos de publicación. Realiza aproximadamente de 4 a 5 reseñas cada semana. Science Feedback es una organización no partidista y sin ánimo de lucro dedicada a la educación científica. Las reseñas proceden directamente de una comunidad de científicos con experiencia en la materia. Science Feedback se esfuerza por explicar si una información es o no coherente con la ciencia y por qué, y por ayudar a los lectores a saber en qué noticias confiar.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí, existe una explicación clara y transparente de la metodología de trabajo utilizada para realizar las verificaciones. Se resume a continuación en 4 pasos: 1. Seleccionar Los editores de Science Feedback seleccionan afirmaciones o artículos para su revisión que sean los más virales en las redes sociales y/o estén publicados por fuentes con gran número de lectores.

Ambos deben contener afirmaciones potencialmente verificables en el ámbito científico.

Science Feedback se esfuerza por que las reseñas sean representativas del espectro de debates influyentes en los medios de comunicación y en las redes sociales. Science Feedback revisa artículos y afirmaciones de diversas fuentes, sin una perspectiva a priori e independientemente de si informan con perspicacia, exageran o restan importancia a la ciencia sobre cuestiones climáticas y de salud.

2. Investigar

El editor encargado de supervisar el proceso de revisión busca en la literatura científica pruebas relevantes para evaluar la credibilidad de las afirmaciones e invita a los expertos pertinentes a contribuir a la revisión. Los editores evalúan las afirmaciones basándose en fuentes fiables y proporcionan citas de las pruebas que utilizan en la revisión, incluyendo un contexto suficiente y evitando la selección selectiva. Cuando procede y es posible, el editor se pone en contacto con la persona que ha hecho la afirmación. En particular, cuando existan dudas razonables sobre la interpretación de la afirmación.

Se invita a los científicos colaboradores (revisores) a comentar las afirmaciones para evaluar su credibilidad y/o indicar si los hechos subyacentes al razonamiento son coherentes con los conocimientos científicos actualizados. Los revisores deben representar el estado de los conocimientos en la literatura científica, utilizando como referencias teorías y observaciones científicas sólidamente respaldadas, y abstenerse de señalar hallazgos parciales/aislados/débilmente respaldados.

El principal objetivo de los editores y revisores debe ser comprobar la

exactitud científica de los hechos y supuestos en los que se basan las afirmaciones. Sin embargo, su contribución no tiene por qué limitarse a la comprobación de los hechos y podría extenderse a:

Añadir información pertinente: Señalar recursos adicionales o información relacionada con el texto, proporcionar contexto o indicar una perspectiva basada en una publicación científica o experiencia clínica.

Evaluar el razonamiento científico: Los argumentos engañosos a menudo no se basan en proposiciones fácticas erróneas, sino en un razonamiento defectuoso/engañoso u oculto y débilmente fundamentado.

3. Revisión escrita

Basándose en las pruebas recopiladas y en los comentarios de los científicos, el editor escribe un artículo en el que evalúa la credibilidad de la afirmación o del artículo. La revisión discute los criterios de credibilidad relevantes entre los siguientes:

a. Exactitud de los hechos. ¿Se basa el artículo en información científicamente exacta y en pruebas sólidas?

b. Comprensión científica. Además de describir con precisión las observaciones básicas, ¿interpreta correctamente la afirmación o el artículo estas observaciones y expone correctamente lo que se sabe o se desconoce actualmente sobre el fenómeno tratado? ¿Comprende o malinterpreta el significado de las observaciones?

c. Contexto y limitaciones. Si la afirmación/artículo trata de una nueva investigación, ¿discute adecuadamente los estudios relevantes preexistentes, y los nuevos resultados no están excesivamente simplificados, exagerados o exagerados?

d. Lógica/Razonamiento. ¿Se deducen las conclusiones de las pruebas? ¿Hay

lagunas o saltos en el razonamiento?
e. Precisión/claridad. ¿Se refiere el artículo con precisión a los conceptos tal y como los utiliza la comunidad científica? ¿O existe alguna confusión que pueda inducir a error al lector?

f. Calidad de las fuentes. ¿La afirmación o el artículo se basan en fuentes adecuadas y creíbles (uso de expertos pertinentes/independientes, estudios) para respaldar afirmaciones importantes? ¿O se basa en expertos con conflicto de intereses?

g. Imparcialidad/Objetividad. ¿Presenta el artículo una visión completa o desequilibrada de la ciencia pertinente? ¿Da prioridad a determinadas fuentes sin una razón adecuada para ello?

Antes de su publicación, todos nuestros artículos son revisados por al menos otro redactor, que cuestiona las afirmaciones realizadas y señala dónde se necesita más claridad y referencias.

Para ayudar a los lectores a comprender rápidamente la conclusión a la que se ha llegado, Science Feedback comienza las revisiones de los reclamos con una sección de "puntos clave", que expone lo que hay que saber sobre el tema y las revisiones de los artículos con un resumen de los puntos más destacados aportados por los científicos. Science Feedback también emite una calificación de credibilidad que evalúa la credibilidad general de la afirmación o el artículo analizados.

4. Publicitar

La reseña se promociona en nuestro sitio web, en nuestras plataformas sociales y se comparte con medios de comunicación y socios científicos. Cuando es posible, el editor de Science Feedback proporciona comentarios a los periodistas y/o editores del medio del artículo original revisado.

CORRECCIONES

El objetivo de Science Feedback es que

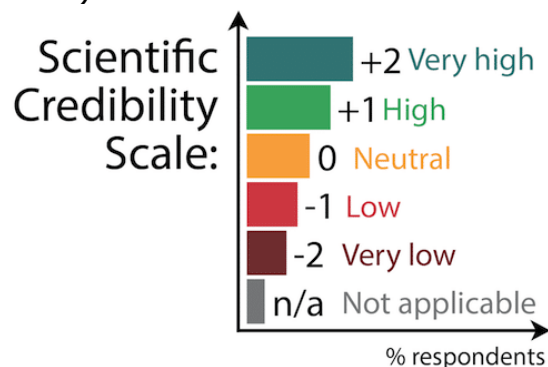
	<p>nuestras reseñas sean lo más precisas y actualizadas posible. Si descubrimos que se ha cometido un error, lo corregiremos lo antes posible y se añadirá una nota en el artículo original.</p>
<p>4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones</p>	<p>Sí, existe un sistema de categorías utilizado para clasificar las verificaciones que se explica a continuación.</p> <p>Clasificaciones de credibilidad</p> <p>Se dividen en dos secciones, una para la revisión del artículo y otra para el veredicto de revisión de la reclamación. Se describen a continuación.</p> <p>1. Clasificaciones de revisión de artículos</p> <p>Al evaluar los artículos, invitamos a los científicos a proporcionar una evaluación de su credibilidad científica general en forma de una calificación numérica y un conjunto de palabras clave de credibilidad. Los siguientes criterios sirven de guía para la evaluación:</p> <p>DIRECTRICES SUGERIDAS PARA LA CALIFICACIÓN DE LA CREDIBILIDAD CIENTÍFICA GENERAL</p> <p>Recuerde que no evaluamos la opinión del autor, sino la exactitud científica de los hechos contenidos en el texto y la calidad científica del razonamiento utilizado.</p> <p>+2 = Muy alta: Pocas o ninguna inexactitud, representa fielmente el estado de los conocimientos científicos, contiene referencias o enlaces apropiados. El artículo proporciona al lector información sobre la ciencia relevante, los mecanismos y las implicaciones, así como las limitaciones y las incógnitas importantes que rodean a las pruebas.</p> <p>+1 = Alto: El artículo no contiene imprecisiones científicas importantes y su conclusión se desprende de las pruebas aportadas. Aunque habría sido útil un mayor detalle, los lectores siguen estando correctamente informados sobre la ciencia.</p> <p>0 = Neutral: No hay errores</p>

significativos, pero tampoco suficientes detalles para informar al lector. (Por ejemplo: el artículo no expone erróneamente los resultados de un estudio observacional, pero no señala que se necesita investigación experimental para confirmar los resultados; el artículo no señala que los resultados de investigaciones no publicadas no están revisados por pares...).

-1 = Bajo: El artículo contiene inexactitudes científicas significativas o afirmaciones engañosas.

-2 = Muy bajo: El artículo contiene inexactitudes científicas importantes respecto a hechos clave que apoyan la argumentación, y/o omite información importante, y/o presenta fallos lógicos en el uso de la información para llegar a conclusiones.

n/a = No aplicable: El artículo no se basa en información científicamente verificable (por ejemplo, trata principalmente de política, política u opiniones).



La puntuación final de Science Feedback es la media de las puntuaciones de todos los revisores; en los casos en los que los revisores discrepan en gran medida, no se emite ninguna puntuación y la revisión se deja como "debatida".

CRITERIOS DE CREDIBILIDAD, DEFINICIÓN DE LAS PALABRAS CLAVE

Exacto: no contiene errores factuales, describe la realidad de forma coherente con los datos/observaciones disponibles.

Inexacto: contiene afirmaciones de

hecho en contradicción directa con las observaciones/datos disponibles.

Perspicaz: ofrece una comprensión profunda del tema basada en información precisa y un contexto adecuado que aclara las implicaciones de las observaciones.

Engañoso: ofrece una impresión incorrecta sobre algunos aspectos de la ciencia, deja al lector con una falsa comprensión de cómo funcionan las cosas, por ejemplo, al omitir el contexto de fondo necesario.

Sesgado: sostiene algunas ideas (personas) como verdaderas (correctas) sin justificación adecuada, falta de objetividad, ideológico.

Imparcial: no sesgado, imparcial, sopesa las pruebas a favor y en contra de las ideas.

Razonamiento sólido: la conclusión se deriva del argumento presentado.

Razonamiento erróneo: la conclusión no se deriva del argumento presentado.

Seleccionismo: destaca sólo un subconjunto de todas las pruebas relevantes disponibles que parecen confirmar una conclusión concreta, ignorando una parte significativa de las pruebas que la contradicen.

Exageración: exagera la importancia de algunas conclusiones. (p. ej., afirma que un nuevo estudio científico anula los conocimientos previos cuando se trata de una actualización incremental).

Fuentes inadecuadas: se basa en fuentes de escasa credibilidad, no aporta pruebas o las que aporta son insuficientes para respaldar las afirmaciones realizadas.

Imprecisos/no claros: utilizan términos mal definidos o carecen de concreción, de modo que no se puede saber sin ambigüedad lo que se quiere decir sin hacer suposiciones adicionales no declaradas.

Titular "clickbait": el artículo no apoya

adecuadamente su título.

Confunde hechos y opiniones: presenta una opinión como un hecho o un hecho como una opinión.

Falta de contexto: el artículo carece de observaciones o explicaciones que cambien la opinión del lector.

Conflicto de intereses no revelado: el artículo no revela un conflicto de intereses con grandes probabilidades de influir en las conclusiones de la fuente.

Tergiversación de las fuentes: Sustituye una tergiversación de la conclusión de una fuente por su conclusión real, a menudo para que sea más fácil desacreditar la idea de un "oponente."

Exagera la confianza científica: Presenta una conclusión como concluyente cuando la hipótesis aún se está investigando y sigue existiendo una auténtica incertidumbre científica al respecto.

Veredictos de revisión de reclamaciones
ANTECEDENTES

Basándose en las revisiones de artículos de Climate Feedback y Health Feedback, las dimensiones de la credibilidad de la información que los científicos han identificado en los informes científicos se agrupan en torno a las siguientes categorías:

si los hechos son exactos

si las explicaciones transmiten una interpretación y comprensión correctas de los hechos con suficiente contexto, y

si las conclusiones alcanzadas siguen una lógica sólida.

La información también se basa en el uso de un lenguaje claro y preciso, y no de afirmaciones ambiguas o vagas, el uso de fuentes adecuadas para respaldar afirmaciones importantes ("expertos", referencias...), y un enfoque imparcial que garantice la objetividad.

VERDADEROS

Science Feedback califica la credibilidad científica de las alegaciones siguiendo

nuestra escala de credibilidad científica. En nuestras revisiones de alegaciones sobre el clima y la salud, el color de fondo de la etiqueta indica el nivel de credibilidad científica según este código de colores.



Nuestras "etiquetas de veredicto" también incluyen una palabra que resume la razón por la que la alegación obtuvo su calificación de credibilidad. Así es como calificamos las reclamaciones:

Casos en los que una afirmación tiene una credibilidad "Muy alta":

Si la afirmación es una declaración de hechos, se etiqueta como "Exacta" cuando describe una observación de forma coherente con los datos disponibles y no omite ningún elemento relevante del contexto. Si la afirmación es una explicación de las causas de una observación (también conocida como "teoría" o "hipótesis" en ciencia), se considera "Correcta" cuando ha sido bien probada en estudios científicos y genera observaciones esperadas que son confirmadas por observaciones reales.

Etiquetas utilizadas en esta categoría:



Tenga en cuenta que en ciencia no se puede "demostrar" que una teoría sea correcta, en el sentido matemático del término. Las palabras "Correcto" y "Exacto" se utilizan a menudo para calificar una explicación, pero para evitar ambigüedades reservamos el uso de las palabras "(in)exacto" para las afirmaciones de hechos e "(in)correcto" para las explicaciones, hipótesis y teorías.

Casos en los que una afirmación tiene una credibilidad "Alta":

Una afirmación de hecho se considera

"Mayormente exacta" si necesita alguna aclaración o información adicional para ser totalmente exacta. Una explicación se considera "Mayormente correcta" si presenta una teoría que está bien probada en estudios científicos, pero su formulación en la afirmación podría exagerar la confianza que los científicos tienen realmente en la teoría o distorsionar ligeramente lo que puede predecirse basándose en la teoría. Etiquetas utilizadas en esta categoría:

MOSTLY ACCURATE

MOSTLY CORRECT

Casos en los que una alegación tiene una credibilidad "Neutral":

Una afirmación se caracteriza como "Neutral" si omite información importante o está hecha fuera de contexto ("Carece de contexto"). Por ejemplo, una afirmación se etiquetaría como "Parcialmente correcta" si exagera significativamente la confianza científica en una teoría, o como "Imprecisa" si utiliza términos mal definidos o carece de especificaciones, de modo que no se puede saber inequívocamente lo que se quiere decir sin hacer suposiciones adicionales no declaradas. Etiquetas utilizadas en esta categoría:

LACKS CONTEXT

IMPRECISE

PARTIALLY CORRECT

Casos en los que una afirmación es de "Baja" credibilidad:

Se considera que una afirmación tiene una credibilidad "baja" cuando se hace sin el respaldo de una referencia adecuada o si las pruebas disponibles no apoyan la afirmación (etiquetada como

	<p>"Sin respaldo"). Si una afirmación contiene un elemento de verdad pero deja al lector con una falsa comprensión de la realidad, por ejemplo omitiendo un contexto de fondo crítico, se etiquetaría como "Engañosa". Etiquetas utilizadas en esta categoría:</p> <p>UNSUPPORTED</p> <p>MISLEADING</p> <p>Casos en los que una alegación tiene una credibilidad "Muy baja": Una afirmación se considera de credibilidad "Muy baja" cuando es claramente errónea; por ejemplo, si hace una afirmación de hecho en contradicción directa con los datos disponibles (etiquetada como "Inexacta"), o si proporciona una explicación o una teoría cuyas predicciones han sido invalidadas (etiquetada como "Incorrecta"). Etiquetas utilizadas en esta categoría:</p> <p>INACCURATE</p> <p>INCORRECT</p> <p>FLAWED REASONING</p> <p>Proceso para decidir un veredicto La decisión final sobre el veredicto atribuido a la reclamación la toma un editor de Science Feedback basándose en las sugerencias de los científicos que contribuyen a la revisión.</p>
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No, no se refiere a las herramientas de acceso abierto o de creación propia que se utilizan para verificar materiales textuales y audiovisuales.</p>
<p>6. Especificar las fuentes</p>	<p>Science Feedback es una organización</p>

de financiación	sin ánimo de lucro registrada en Francia. Posee una empresa filial (SciVerify) que lleva a cabo asociaciones comerciales con plataformas como Meta (Facebook, Instagram) y TikTok. Science Feedback se financia principalmente con voluntarios y donantes particulares. Los financiadores no tienen influencia editorial en el trabajo de Science Feedback.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	<p>La asociación Science Feedback es una organización sin ánimo de lucro registrada en Francia cuya misión se define en su estatuto como mejorar la credibilidad de la información relacionada con la ciencia en línea, en los medios de comunicación y en las redes sociales. La asociación actúa especialmente a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la organización de la respuesta de los científicos a la información influyente mediante la verificación de hechos y teorías científicas, - la redacción de contenidos pedagógicos y comentarios críticos sobre la cobertura mediática de la ciencia, - el desarrollo de servicios numéricos, así como la contribución a la sensibilización sobre la desinformación para atajar sus efectos negativos en las sociedades democráticas. <p>Las reseñas son redactadas por editores que son científicos o periodistas científicos y se atienen a estrictas normas editoriales. Los editores se basan en las mejores pruebas disponibles, en particular la literatura científica revisada por pares y los científicos que contribuyen a nuestros análisis (revisores). Los revisores son elegidos por sus conocimientos en la materia, en particular por haber publicado recientemente artículos en revistas científicas revisadas por pares de primer nivel, y se les pide que se ajusten a normas comunitarias de alta calidad.</p> <p>CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN</p>

	<p>La asociación se rige por su consejo de administración, compuesto actualmente por los siguientes miembros: (Tesorero, Vicepresidente de Tecnología, Secretario, Presidente).</p> <p>Los miembros del consejo no participan en las operaciones cotidianas de Science Feedback y no influyen en sus decisiones editoriales, salvo Emmanuel Vincent, que es también Director Ejecutivo de la publicación Science Feedback.</p> <p>Science Feedback tiene un equipo bastante amplio con 14 miembros: (2 científicos de datos, 2 desarrolladores, 1 responsable de datos y políticas, 2 editores de clima, 1 editor de ciencia, 5 editores de salud, 1 fundador y director ejecutivo).</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>Science Feedback posee una filial (SciVerify) que lleva a cabo asociaciones comerciales con plataformas como Meta (Facebook, Instagram) y TikTok. Está asociada con IFCN, Meta 3rd party fact-checking program y TikTok 3rd party fact-checking program.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>Presupuesto 2022</p> <p>Los ingresos totales consolidados de Science Feedback y SciVerify para 2022 ascienden a 1.920.000 euros. Las principales fuentes de ingresos (incluyendo todas aquellas que aportan más del 5 % del total de ingresos anuales) son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beca Ashoka - Subvención del Fondo Europeo para los Medios de Comunicación y la Información (EMIF) - Programa Meta de comprobación de hechos por terceros - Programa de subvenciones a la desinformación climática de la IFCN - Donaciones individuales - TikTok Programa de verificación de hechos por terceros <p>2021</p> <p>Los ingresos totales consolidados de</p>

	<p>Science Feedback y SciVerify para 2021 fueron de 1.279.900 euros. Las principales fuentes de ingresos (incluyendo todas aquellas que contribuyen con más del 5 % del total de los ingresos anuales) son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beca Ashoka - Meta 3rd party fact-checking program - Subvención para el desarrollo de la IFCN - Donaciones individuales - Beca de alfabetización mediática Mouvement Up - TikTok Programa de verificación de hechos de terceros
10. Continuidad y presencia en redes sociales	<p>Health Feedback es miembro de la Vaccine Safety Net de la Organización Mundial de la Salud, una red de sitios web que ofrecen información fiable sobre la seguridad de las vacunas. Science Feedabck tiene una presencia continua en Facebook y Twitter (ahora plataforma X). Además, los artículos se enchufan en algunos periódicos en forma de cobertura de prensa como (NPR, RAPPLER, ProPublica etc.).</p>
11. Inclusión de formatos explicativos	<p>La información se presenta principalmente en forma de artículos respaldados por cifras (cuadros y gráficos con datos científicos).</p>
12. Variedad temática de las verificaciones	<p>Science Feedback es una publicación que verifica la credibilidad de la información influyente y la cobertura mediática que pretende ser científica en campos especialmente propensos a los malentendidos y la desinformación, como el cambio climático y la salud. Genera Reseñas, Perspectivas e Investigaciones. Dentro de las Reseñas, se abordan dos áreas temáticas que incluyen las reseñas de artículos de Retroalimentación Climática y Retroalimentación Sanitaria.</p>
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	<p>Science Feedback ofrece la posibilidad de convertirse en Colaborador de Science Feedback. El crowdsourcing de conocimientos</p>

	<p>científicos es el principio rector de Science Feedback. Cada contribución de los científicos contribuye a crear una base de datos amplia e informativa de fuentes de información precisas en Internet.</p> <p>Al unirse a Science Feedback el público compartir su experiencia en medios de comunicación influyentes recibir información actualizada sobre las actividades de Science Feedback ser pionero en el "fact-checking" científico los usuarios podrán aportar consejos para el análisis</p> <p>Además, el público puede ponerse en contacto con la plataforma Science Feedback para dar su opinión, hacer preguntas relacionadas con las revisiones, solicitar la revisión de una afirmación o artículo, pedir correcciones y presentar quejas a través del formulario de contacto, así como a través de facebook y twitter.</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Sí, ofrece un espacio donde se especifica la política de corrección y donde se recogen los errores y las correcciones realizadas.</p> <p>Política de corrección de los comentarios científicos</p> <p>Nuestro objetivo es que nuestras reseñas sean lo más precisas y actualizadas posible. Si descubrimos que se ha cometido un error, lo corregiremos lo antes posible y se añadirá una nota en el artículo original. Si cree que hemos cometido un error u omitido alguna información relevante, póngase en contacto con nosotros. Nuestro equipo editorial revisará la información que nos envíe e investigará el asunto más a fondo, si es necesario. Si se trata de un problema grave, el director evaluará la solicitud de corrección.</p> <p>Si nuestras publicaciones contienen un error que conlleva un cambio en el veredicto emitido, corregiremos la</p>

	<p>publicación y nos aseguraremos de que esta corrección se haga pública, por ejemplo, indicando la corrección en nuestro titular. Si la publicación errónea se compartió en las redes sociales, nos aseguraremos de que la corrección se publique en las mismas plataformas que la publicación errónea.</p> <p>Si nuestras publicaciones contienen un error en un formato que no permite ediciones, nos aseguraremos de que la información corregida se publique en el mismo formato y canal que la publicación original.</p> <p>En consonancia con su condición de signataria de la International Fact-Checking Network (IFCN), Science Feedback (SF) debe respetar el Código de Principios establecido por la IFCN. Si cree que hemos violado el Código de Principios, puede notificarlo a la IFCN presentando una queja aquí.</p> <p>Además, como miembro de la European Fact-Checking Standards Network [pendiente de confirmación tras la solicitud de SF en febrero de 2023], Science Feedback también debe respetar el Código Europeo de Normas. Si cree que hemos incumplido el Código de Normas, puede presentar una queja aquí. Registro de correcciones realizadas por Science Feedback.</p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación</p>	<p>No se encontró ninguna información en particular para promover programas de alfabetización mediática o iniciativas para ayudar a los ciudadanos a luchar contra la desinformación, aparte del hecho de que Science Feedback ofrece la posibilidad de convertirse en Colaborador de Science Feedback siguiendo unos estrictos criterios de elegibilidad para los científicos. Se mencionan a continuación.</p> <p>Para solicitarlo</p> <p>Debe ser un científico que participe activamente en la investigación científica. Los científicos deben</p> <p>Tener un doctorado en una disciplina</p>

	relevante, tener al menos un artículo publicado en una revista científica revisada por pares en los últimos 5 años en el campo que comentan.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí, Science Feedback también realiza análisis de las noticias publicadas por los medios de comunicación. A continuación se ofrece un ejemplo relativo a una afirmación revisada por Science Feedback en forma de vídeo y un artículo publicado por el productor del vídeo en el New York Post. Ejemplos (1 y 2) Un nuevo vídeo compartido en las redes sociales titulado "Thrown to the Wind" (Arrojado al viento) afirma que está demostrado que el desarrollo de turbinas eólicas marinas causa la muerte de ballenas debido al aumento del tráfico de embarcaciones y al uso de sonares de altos decibelios. El productor de este vídeo, Michael Shellenberger, que ya ha difundido información errónea en el pasado, publicó estas afirmaciones en varios posts en las redes sociales, así como en un artículo de su autoría en el New York Post.

1.1.8. Grecia: Ellinika Hoaxe

Ellinika Hoaxe es la única plataforma griega contra la desinformación. Sus esfuerzos se concentran en desestimar las publicaciones inexactas y falsas, recopilando información y datos de fuentes fiables para su correcta evaluación.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, des del 2019.
2. Regularidad de publicación	Sí. El número de verificaciones suele ser de dos cada tres días
3. Explicación clara y	Sí. Explican el proceso de elección de

transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	temas y después los pasos que siguen para hacer la verificación de cada pieza. https://www.ellinikahoaxes.gr/transparency-and-methodology/
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	<p>Sí: Incluye las siguientes:</p> <p>VERDAD : Cuando una noticia o post es válido en todos sus aspectos.</p> <p>FALSO : Cuando un artículo o noticia es falsa en todos sus aspectos.</p> <p>ALEGACIÓN FALSA : cuando una publicación contiene una afirmación falsa pero también hechos verdaderos.</p> <p>MEZCLAR HECHOS Y FALSO : cuando una publicación contiene información tanto falsa como verdadera.</p> <p>PELIGRO: Cuando un artículo o reclamo contiene elementos de temblor o pánico.</p> <p>CIENCIA FALSA : Cuando un artículo o afirmación se basa total o parcialmente en evidencia no científica.</p> <p>LIKE FARMING : Cuando un artículo, un reclamo o una foto se usa en las redes sociales para causar sensación (generalmente injustificada) para que los usuarios den Me gusta o compartan.</p> <p>CLICKBAIT : Cuando se formula un artículo o reclamo con calificaciones excesivas que causan (generalmente injustificadamente) sensación para provocar que los usuarios hagan clic en él.</p> <p>Además , para comodidad del lector, la imagen original de cada artículo contiene un "sello" relevante, de modo que quede claro desde el principio qué tipo de minimización se leerá</p>
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No, hacen referencia a la metodología, pero no a herramientas concretas. Explican que Una vez que cuando se encuentra un tema candidato, el resto del equipo realiza una evaluación y se decide si se adapta al papel de los bulos griegos. Luego, un miembro emprende la investigación preliminar y escribe un borrador de los hechos, que luego se verificará en busca de errores y

	omisiones y se publicará. Se contacta la fuente original del reclamo y personas y organizaciones que puedan conocer o tener experiencia relevante en esta área.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí. Explican que Ellinika Hoaxes es socia de la plataforma de Facebook en el campo del control de eventos a través del programa 3PFC (verificadores de datos de terceros). Dan cuenta de los ingresos recibidos en diversos años
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. En la sección "quienes somos" se especifica quiénes forman parte del equipo y se explica una short bio de cada uno de ellos
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. Ha participado en el programa FactCheckEU.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. Es miembro del Observatorio Europeo de la Desinformación (SOMA) y del Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO)
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter, Facebook, Youtube
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. No existe una sección específica que hable de formatos explicativos pero existe una llamada investigar que recoge características de este formato
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. Se encuentran diversos temas: engaños, agricultura, salud, etc.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí, explican que la mayoría de las noticias o reclamos que recibimos para revisión provienen de nuestros lectores

14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí, se explica en la sección "política de corrección". Se explica que se da alta prioridad a las sugerencias sobre correcciones. Se explica que si se corrige un artículo existente, se informa al remitente del mensaje (normalmente en un plazo máximo de dos días). Hay casos en los que no se acepta la solicitud de corrección a considerar, ya que después de volver a verificar nuestros datos, parece que no hubo error u omisión de nuestra parte. Aparece una página con la lista de sus correcciones y ejemplos de arreglos recientes.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No. No aparece una sección clara dedicada a esta cuestión.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No aparece explícitamente.

1.1.9. Iraq: Tech 4 Peace

En su página web se puede apreciar que su propósito es reducir la propagación de la violencia y el terrorismo mediante la denuncia de los sitios web y las páginas de medios sociales que difunden noticias falsas/propaganda y que promueven la violencia y el terrorismo, sobre todo en Oriente Medio y -de un modo más concreto- en Irak.

Afirman que verifican las fuentes de las noticias que se difunden en línea (sobre todo a través de las redes sociales) y por denunciar las noticias falsas (normalmente las que promueven la violencia).

También realizan seminarios online/offline en los que enseñan a la gente a verificar las fuentes de las noticias que se difunden y animan a denunciar los sitios en los que se difunde información falsa. Intentan centrarse en la importancia de la seguridad digital y en concienciar sobre cómo protegerse a uno mismo y su privacidad en Internet.

Su visión es lograr la paz y la estabilidad poniendo fin a la circulación de mentiras en los medios de comunicación convencionales y sociales en todo Oriente Medio, principalmente en Irak.

Su misión, concienciar a través de esfuerzos de colaboración en campañas y seminarios de formación con el objetivo de hacer que todo el mundo sea Tech4Peace.

Su eslogan es "Esto termina con nosotros..." - refiriéndose a las mentiras, la violencia, el sectarismo, la guerra civil, la inestabilidad, la corrupción, el odio, el chantaje, los ataques personales, etc...- y su objetivo clave es exponer las mentiras.

Sus valores fundamentales, la imparcialidad, la paz, la conciencia, la verdad y la tolerancia. También la transparencia, tecnología, confianza y seguridad.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Desde cuándo? (especificar año)	Sí, se verifica el 8 de marzo de 2021. El sello se renueva con fecha 11 de julio de 2022 tal como se puede comprobar en la página web de IFCN.
2. Regularidad de publicación	Es muy activa. Publica una media de 6 verificaciones por día.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	La información en la página web es muy detallada a este respecto e incluye la composición de los equipos, pero también el flujo de trabajo y las herramientas concretas a las que se recurre a la hora de verificar el material textual y multimedia de las diferentes verificaciones que se llevan a cabo.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Tech4peace utiliza las siguientes categorías: 1- Aclaración: se utiliza para aclarar una publicación que es cierta, pero algunos de sus detalles fueron transmitidos de manera inexacta o fueron escritos de una manera ambigua, lo que requiere aclaración. 2- Atención: se utiliza cuando la publicación contiene una noticia parcialmente incorrecta. También se utiliza para advertir sobre enlaces falsos o software malicioso.

3- Fake news: se utiliza cuando la publicación contiene noticias (sólo texto) que no son ciertas.

4- Fake post: se utiliza cuando el post incluye una noticia falsa con una foto o un video que es completamente diferente a lo que se ha publicado.

5- Photoshop: se utiliza cuando la foto circula, y el equipo de Tech4Peace la compara con la versión original. Se ofrecen ambas juntas y se aclara cuál es la foto original y cuál es la que está editada.

6- Título engañoso: se utiliza cuando una agencia, una web de noticias o cualquier medio de comunicación publica una noticia que es correcta, pero el título es engañoso y no refleja la verdad sobre los detalles de la noticia.

7- Cuenta falsa: se utiliza cuando hay cuentas o páginas en plataformas de medios sociales que suplantan un nombre, una foto personal, una institución o cualquier otro elemento.

8- Tuit falso: se utiliza cuando hay un tuit que fue creado o falsificado y que circula como emitido por una persona o institución.

9- Documento falso: se utiliza cuando circula un documento cuyo contenido ha sido modificado. La autoridad correspondiente ha desmentido su veracidad y el equipo de Tech4Peace expone la falsedad del documento.

10- Noticias verdaderas: se utiliza para publicar noticias verdaderas debido a que se reciben muchas consultas al respecto. También se utiliza para publicar algunas noticias y decisiones importantes

	que han sido emitidas por instituciones oficiales.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	<p>En el apartado de metodología, se aclara que el equipo de verificación es el que está conformado por un mayor grupo de voluntarios. Este equipo comprueba las noticias para averiguar si son verdaderas o no. Se indica que el equipo está muy bien formado en el manejo de las herramientas de Bellingcat, que son herramientas de código abierto que permiten acceder a las fuentes originales. En concreto, aclaran, las más destacadas de estas herramientas son:</p> <p>Google images, TinEye, Yandex, Bing, inVID.</p> <p>https://citizenevidence.amnestyusa.org</p> <p>http://fotoforensics.com</p> <p>https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier</p> <p>http://web.archive.org</p> <p>http://archive.is</p> <p>https://satellites.pro</p>
6. Especificar las fuentes de financiación	<p>En el apartado "Donate and grants" se indica que Tech4Peace es una organización independiente. Se aclara que no tienen relaciones con partidos políticos ni con políticos de dentro y fuera de Irak y no reciben ninguna ayuda de ellos.</p> <p>También se indica que los fondos que reciben sólo se utilizan para el desarrollo de la propia organización y se dice también que no aceptan intromisiones en el contenido, los temas o en la forma de trabajar. Aceptan donaciones de particulares a través de Paypal.</p>
7. Proporcionar información sobre la	En el apartado Our structure se detalla la estructura que incluye:

<p>estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Comité Administrativo y Financiero 2. El Comité de Investigación 3. La Comisión de Medios de Comunicación y Relaciones Públicas 4. El Departamento de Tecnología de la Información 5. El Comité de Formación y Capacitación 6. El Comité de Programas y Subvenciones 7. El Comité de Traducción <p>En el apartado Our team, se indica que el equipo está formado por un total de 265 miembros, y su distribución geográfica dentro y fuera de Irak ha contribuido directamente a la realización de muchas tareas. No trabajan con el mismo método de búsqueda de una investigación en curso o de una noticia concreta. También se dice que Tech4Peace ha reclutado a muchos miembros en función de una especialización concreta o de la posición de la persona y su capacidad para acceder a información precisa.</p> <p>Asimismo, se incluyen los nombres y bios de su fundador y presidente y de uno de los verificadores con foto y enlaces a sus cuentas en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>En la página web no constan alianzas con otras plataformas de fact checking.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>En la página web no constan colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas, más allá de su pertinencia a la IFCN.</p>
<p>10. Continuidad y</p>	<p>Tech 4 Peace tiene cuentas en <u>Facebook</u>,</p>

presencia en redes sociales	Twitter , Instagram , Youtube (con 20.600 seguidores) y Telegram . También cuenta con una app para iOS y Android.
11. Inclusión de formatos explicativos	Cada verificación incluye el resultado de la investigación que se ha llevado a cabo junto a enlaces a las fuentes y a las noticias falsas. Así se puede comprobar en los siguientes ejemplos (1 , 2 y 3). No se observa el empleo de formatos específicos que puedan resultar visualmente atractivos.
12. Variedad temática de las verificaciones	<p>Hay una gran variedad temática que incluye política, salud, religión, arte, tecnología, deportes, noticias locales de Irak, noticias árabes, noticias relativas a la plataforma y noticias internacionales.</p> <p>En sus estadísticas, se puede apreciar que la política y la información local ocupa una gran parte de sus verificaciones.</p>
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Se ofrece la posibilidad de contactar con la plataforma para enviar informaciones que se cree son falsas por si pueden ser verificadas por su personal. Junto a una dirección de correo electrónico y un teléfono, se incluye también unas instrucciones básicas sobre cómo proceder ofreciendo capturas de pantalla, enlaces o información sobre dónde se vio el mensaje por primera vez.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí, en un espacio denominado " Corrections policy " se ofrece la política al respecto. En ese mismo espacio, se indica que, como muestra del compromiso de la plataforma con la transparencia, al final de cada año ofrecen en las estadísticas el número de errores en las verificaciones. En este mismo apartado incluyen también la relación sistematizada de los errores cometidos hasta la fecha, con enlaces al contenido de cada aclaración.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la	Sí, se incluye un enlace a una " Learning platform " si bien el contenido sólo está disponible en árabe.

ciudadanía a luchar contra la desinformación	
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No se incluye. Lo que sí se incluye es enlaces a diferentes ocasiones en las que los medios de comunicación han hecho uso de las verificaciones generadas por la plataforma.

1.1.10. Italia: Pagella Politica

País: Italia

Fecha de creación: 2012

Modelo: Organización externa a los medios (ONG)

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	Sí, des de 2017.
2. Regularidad de publicación	Sí. Cada día se publican nuevos artículos o verificaciones. Semanalmente también se publican podcasts.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. Hay un apartado en el web (come operiamo?) donde detallan la metodología de trabajo, cómo verifican, qué fuentes usan... y todos los pasos que siguen.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Verifican únicamente declaraciones políticas. Según su manual de funcionamiento, clasifican las verificaciones como 'verdadera' o 'falsa'. Pero analizando casos concretos se observa cómo las categorías son más amplias: correcto, tiene razón, impreciso, exagera, se equivoca...
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No. Indican que reastrean los principales periódicos italianos, impresos y en línea, sitios web y perfiles de redes sociales de políticos; sitios web de partidos nacionales; sitios web de los ministerios y del gobierno italiano; Youtube y otras plataformas de video. Pero no menciona herramientas propias o de open access

	para verificar.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí. Indican que no reciben dinero de partidos políticos o entidades afiliadas a partidos políticos, ni de fondos públicos de las autoridades italianas. se financian mediante la venta de contenido y/o servicios a terceros; y la participación en convocatorias y proyectos europeos e internacionales.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Incluye información de todos los trabajadores del proyecto: currículum, perfil, etc. Indica que hay 7 personas contratadas full-time y 3 part-time.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. Participa con el European Digital Media Observatory, European Fact-Checking Standards Network, Italian Digital Media Observatory, Gen Z – sistema di apprendimento a distanza per promuovere l’alfabetizzazione informatica e la creazione di contenuti digitali nelle scuole, el proyecto SPOTTED (School Policies to Tackle and Detect fake news), Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis y FACTCHECKEU.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. Informa sobre los proyectos europeos de los que ha recibido dinero.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Tiene presencia activa en twitter, facebook, Instagram, telegram y tik-tok
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. La sección ‘articoli’ está conformada por artículos de género explicativo si bien todos ellos centrados en temática política.
12. Variedad temática de las verificaciones	No. Todas las verificaciones son sobre política.
13. Posibilidad de	Sí. Los usuarios pueden participar a

participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	través de las redes sociales, pueden aportar temas o declaraciones para verificar y también pueden reportar errores detectados.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí. Hay un apartado específico, con un formulario, para señalar errores y donde la plataforma publica las rectificaciones de errores cometidos.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Informan de proyectos europeos en el campo de la alfabetización mediática e informacional como Spotted, Fakespotting y Gen Z.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No. Se centra exclusivamente en el comportamiento de políticos, partidos e instituciones.

1.1.11. Lituania: Eu DisinfoLab

EU Disinfo LAB es una organización independiente sin ánimo de lucro, que reúne conocimientos y experiencia sobre la desinformación en Europa. Al aunar investigación, trabajo de investigación y perspicacia política, EU DisinfoLab es miembro activo de una amplia y apasionada comunidad que ayuda a detectar, atajar y prevenir los desórdenes informativos que ponen en peligro la integridad de la ciudadanía, la coexistencia pacífica y los valores democráticos.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No
2. Regularidad de publicación	5 publicaciones de media mensuales
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No.

4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí. Pone e disposición de medios y particulares herramientas de acceso libre para detectar la desinformación. https://www.disinfo.eu/resources/tools-to-monitor-disinformation
6. Especificar las fuentes de financiación	No.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. Forma parte del European Fact-Checking Standards Project, junto con otros cinco fact-checkers europeos (AFP (France), Correctiv (Germany), Demagog (Poland), Pagella Politica/ Facta (Italy) y Maldita.es (Spain). Este consorcio cuenta con el respaldo de la Comisión Europea para fijar entre 2022 y 2023 los estándares de independencia, transparencia y calidad metodológica y periodística necesarios para ser reconocidos como organizaciones independientes de verificación en Europa.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter, LinkedIn y Youtube.

11. Inclusión de formatos explicativos	No.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Pone a disposición de usuarios recursos con tips para hacer frente a la desinformación.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí.

1.1.12. Polonia: Demagog

Primera plataforma verificadora de hechos en Polonia, su principal objetivo es mejorar la calidad del debate público proporcionando a los ciudadanos información imparcial y fiable. Desde abril de 2014, comprueba las declaraciones y las promesas electorales de los políticos y difunde el fact-checking en su país. También realiza talleres e implementa proyectos educativos dirigidos a jóvenes.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	Desde mayo de 2019. <u>La acreditación está vigente</u> hasta el 19 de enero de 2023.

<p>2. Regularidad de publicación</p>	<p>Publica cuatro tipos de documentos como respuesta a las demandas de verificación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fake News: 89 2. Declaraciones: 60 3. Informes: 23 4. Promesas electorales: -- <p>En las últimas ocho semanas, se han publicado un total 172 piezas, de forma que la media de publicación es de 21,5 por semana (observadas entre el 29 de septiembre y el 23 de noviembre de 2022)</p> <p>Las declaraciones de autoridades implican un control personalizado de los altos cargos de la administración que, junto a las promesas electorales, se acumulan en el contador propio de cada político, situado a partir de su retrato en una sección de la web específica.</p>
<p>3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones</p>	<p>Se presenta en cuatro fases:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La declaración/información dudosa utiliza hechos comprobables La verificación de hechos se aplica solo al contenido relevante desde el punto de vista del debate público polaco, igual que el caso de las promesas electorales, que deben tener contenido fáctico y referencias a hechos concretos y verificables. 2. Se verifican los hechos en fuentes confiables Dicen utilizar fuentes disponibles públicamente. En la medida de lo posible, la mayor cantidad posible de fuentes primarias, donde los datos aparecen en su contexto original. 3. Con base en las fuentes se emite una calificación (ver siguiente punto) 4. Publicación y correcciones

	<p>Cada declaración de verificación de hechos y de promesa política se somete a un proceso de verificación bajo la supervisión del editor en jefe. Como parte de la verificación cruzada, se verifica tanto la selección de fuentes que verifican una declaración como las que lo hacen con una promesa determinada. Los usuarios pueden señalar una evaluación como equívoca y solicitar su revisión.</p> <p>Da la sensación de resultar una metodología muy apegada a datos estadísticos, a los que se apela continuamente. La validación de las promesas electorales también parece que contiene ciertos riesgos cuantitativos. No explican cómo se escogen los contenidos a verificar, como si tuvieran la intención de verificar todos aquellos que puedan serlo (bulos, declaraciones y promesas) dada la capacidad de trabajo que demuestran. Tienden a responsabilizar a cada político de sus errores o imprecisiones, como si quisieran desvelar quiénes mienten más y quiénes menos. A su vez, parecen consideran la mentira como una decisión personal, no una mirada o estrategia de los equipos de comunicación. En conjunto, Demagog muestra más interés en validar el trabajo y la información que emiten las autoridades que los medios informativos.</p>
<p>4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones</p>	<p>En el caso de informaciones verificables, cinco resultados: Verdadero, Falso Parcial, Falso, Manipulación o Inverificable.</p> <p>En el caso de las promesas electorales o simplemente políticas, se aplica alguna estas ocho calificaciones: Compleja (se acepta para su posterior rastreo y evaluación) Promesa cumplida, Promesa Retrasada, Promesa parcialmente cumplida, "En curso", Promesa</p>

	<p>congelada (existen razones externas que impiden su implementación) Acciones no tomadas y Promesa incumplida (no se ha tomado ninguna acción para su implementación durante el período de tiempo especificado)</p>
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No aparecen herramientas propias como instrumentos para la verificación. Sí que tiene herramientas propias de verificación pensadas para que las usen los usuarios. Las ofrecen en las secciones de la web dedicadas a la alfabetización (ver punto 15)</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>Demagog se financia por una combinación de aportaciones privadas en general ligadas a diversos convenios de colaboración con entidades y organizaciones de diversa índole, desde la IFCN a Facebook, pasando por la Embajada de Estados Unidos.</p> <p>Sin embargo, no se ha localizado un listado de contribuciones anuales o convenios establecidos. En el balance económico del año 2021 no se detallan las contribuciones, aunque se matiza que el presupuesto general del año casi alcanzó los 2 millones de zlotis, de los que 1,6 provinieron de las colaboraciones externas.</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>Presidida por Małgorzata Kilian, fundadora y cara visible de la organización, encabeza un equipo de casi treinta personas. En la web se ofrece información sobre 27 personas que trabajan en Demagog. Se añade la foto, el cargo y el tipo de trabajo que realizan, así como una biografía profesional de la formación y los cargos desarrollados en la entidad. Además, aparece el acceso al email corporativo de cada miembro del equipo y, según los casos, algunas cuentas personales de Twitter o de LinkedIn.</p> <p>Se presentan como una asociación radicada en Varsovia. A su vez,</p>

	<p>presentan sus estatutos. No se llega a decir (o al menos no lo hemos encontrado) que se trate de una asociación sin ánimo de lucro. Este apelativo solo lo hemos visto en las cuentas de Twitter y Facebook.</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>Mantiene el acuerdo con Facebook para solucionar las necesidades de verificación de la red social ya mencionado, además de un proyecto de Alfabetización (Facebook y News Literacy Project), pero no hemos encontrado ningún acuerdo con otra plataforma de verificación. Entre los partners declarados en el siguiente punto se encuentran algunas organizaciones internacionales de fact-checking como la EFCSN, el EDMO y la IFCN, pero no hemos reconocido en la lista otra plataforma de verificación.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>Constan como partners las siguientes organizaciones y empresas:</p> <p>Universidad Jagiellonian, Facultad de Estudios Internacionales y Políticos: European Fact-Checking Standards Network (EFCSN) Asociación de organizaciones independientes de verificación de hechos. Kinzen: Brinda detección temprana y advertencia contra contenido dañino distribuido en la web. VAZCO. Soluciones tecnológicas avanzadas y ciberseguridad. CyberDefence24. Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO) Onet. Instituto del Discurso y el Diálogo. OFOP - Federación Nacional de Organizaciones No Gubernamentales Ciudadanos Activos - Fondo Nacional financiado por los Fondos EEA. Asociación Polaca de Escultismo SentiOne SentiOne o monitoreo de Internet. CYBERSEC, conferencia anual de política pública.</p>

	<p>Programa de garantía de terceros de Facebook.</p> <p>La Red Internacional de Verificación de Hechos.</p> <p>IFCN fue fundada en 2015 en el Instituto Poynter.</p> <p>Oficina del Parlamento Europeo en Wrocław.</p> <p>Instituto Nacional de la Libertad - Fondo de Iniciativas Cívicas.</p> <p>Fundación Stefan Batory. Verificación de promesas electorales.</p> <p>Embajada de los Estados Unidos.</p> <p>Instituto de Políticas Públicas.</p> <p>Facebook y News Literacy Project.</p> <p>Como se ha dicho, no aparece en la contabilidad de 2021 consultada ninguna lista de aportaciones.</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>No se han localizado accesos específicos para los usuarios a través de redes sociales, aunque sí se envían los resultados de Demagog y otras informaciones de la entidad a través su página de <u>Facebook</u> (48mil seguidores), la de <u>Twitter</u> (20 mil seguidores), además de otras como Instagram, LinkedIn, YouTube o Spotify, estas con mucha menor audiencia.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>No se ha encontrado ningún repositorio o carpeta del menú donde se conserven las respuestas agrupadas para que informen en conjunto sobre cuestiones de interés general del tipo "Inmigración", "Ciencia" o "Cambio climático" y, por tanto, funcionen como un compartimento de conocimiento estable, tal como ocurre en otras plataformas.</p> <p>Las verificaciones realizadas se presentan en sus diversos tipos colocadas en las cuatro secciones del menú mencionadas en el punto tres: Fake News, Declaraciones, Informes y Promesas electorales. La página permite búsquedas temáticas por filtros entre ellas, pero no se fusionan en información</p>

	<p>estable ni en apartados temáticos.</p> <p>De cualquier forma, el formato que más se parece a los temáticos tiene que ver con los llamados "artículos y análisis", diversos tipos de informes que presenta una disparidad de planteamiento llamativa. En el periodo de observación se ha encontrado un informe de la EDMO sobre la evolución descendente de la presencia de los contenidos contra la desinformación en Europa en el último trimestre sobre la guerra en Ucrania, por ejemplo. O un informe sobre la relación entre alcohol y fertilidad, otro sobre los mitos que rodean a los coches eléctricos así como un tercero sobre cuatro posibles estafas en el próximo Black Friday.</p> <p>Se trata de documentos con un tiempo de lectura estimado entre 10 y 20 minutos que tratan con cierta profundidad asuntos que intentan aclarar creencias extendidas falsas o incongruentes ("Analiza"), a los que se unen informes oficiales sobre la desinformación ("Raport") o incluso información preventiva en el consumo ("Articly"). Cabe destacar que algunos de ellos se presentan en formato audible, en podcast. Se conservan unos 500, mientras que en el apartado de fakes news constan 1300 verificaciones. No están por orden cronológico sino que se accede a ellos a través de una serie de filtros de búsqueda.</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Las verificaciones de información, de declaraciones y los artículos localizados se presentan a través de un buscador que funciona por categorías temáticas. Así, el asunto más tratado durante las ocho semanas observadas ha sido la guerra de Ucrania, en 41 ocasiones, seguido de "Ecología" (35), "Energía" (28) y "Economía" (24).</p>

	<p>Al margen de estas tendencias recientes, como se ha dicho, la web ofrece en un repositorio los resultados acumulados de las verificaciones sobre declaraciones y promesas electorales realizadas por las autoridades y altos cargos más destacados del país, un recuento personal en el que se pueden repasar las falsedades, incongruencias y hechos veraces a los que han ido aludiendo dichas autoridades en los últimos meses. Se trata de un currículum personal de cada político.</p>
<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>En un apartado destacado de la web, sobre el menú, se ofrece una ventana para que los usuarios aporten <u>información dudosa</u> que debería ser analizada. A su lado, otra ventana ofrece <u>donar dinero a la entidad</u>.</p> <p>Tienen presencia en Facebook y Twitter, como se ha dicho, además de Instagram, LinkedIn, YouTube y Spotify, en las que se da información básica sobre la entidad y se ofrece una dirección de contacto con la entidad.</p> <p>No se ha encontrado ningún teléfono para ofrecer información dudosa, como suele ser habitual en otras plataformas.</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>La web presenta las correcciones de las propias verificaciones realizadas en una sección propia dentro del menú "Temáticas". Tres de ellas habían sucedido dentro del periodo de observación. En el apartado de metodología, se explica que si el lector nota un error o falta de información clave, puede informar resaltando el fragmento apropiado del texto y presionando la combinación de teclas CTRL + Intro en el teclado. Entonces arranca el proceso de comprobación: una primera evaluación en 24 horas. Si se considera una queja relevante, se pasa el caso a otro verificador de hechos que no sea el autor del análisis original, para</p>

	<p>completar la verificación de hechos bajo la supervisión del editor en jefe y cambia (o no) la evaluación final de la declaración. Los cambios se añaden en un nuevo análisis corregido, dejando claramente marcada la versión errónea, para que se pueda comparar detenidamente los cambios en el contenido de ambos. Todo ello en cinco días hábiles, aunque algunas correcciones pueden demandar más tiempo. Se ajustan así, según dicen, a la política de revisiones del Código que se aplica a todas las organizaciones miembros de la IFCN. En cada análisis o artículo revisado, aparece una nota al principio de dónde y sobre qué tema se hizo la corrección. Se marca la fecha del cambio y se explica por qué ocurrió.</p> <p>También se puede presentar una queja a la red internacional de verificación de datos IFCN a través de un enlace con la página de quejas de la organización.</p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación</p>	<p><u>La Fact-Checking Academy</u> es un proyecto educativo de la Asociación Demagog dirigido a alumnos y estudiantes, profesores y educadores, personas mayores y empresas. Realizan talleres y seminarios web, durante los cuales explican cómo buscar y verificar información, evaluar la credibilidad de las fuentes, usar herramientas útiles en línea y cómo luchar noticias falsas.</p> <p>A su vez, ofrece <u>una sección del menú</u> para poner a prueba las capacidades de los usuarios en resolver posibles informaciones falsas para determinar hasta qué puntos están capacitados para diferenciarlas y en general para diversas actividades de autoaprendizaje, como <u>un servicio/juego educativo</u> pensado para los móviles.</p> <p>La web anuncia a su vez un proyecto de colaboración en este ámbito con</p>

	Facebook, el News Literacy Project (NLP), que desde 2009 ha realizado actividades en el campo de la educación en medios y formando actitudes de pensamiento crítico en los EE. UU., p. a través de la plataforma Checkology®. NLP apoya a Demagog el proceso de creación de nuestra propia plataforma de e-learning.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	<p>El planteamiento editorial de la mayoría de verificaciones que se realizan tiene que ver con declaraciones o promesas electorales realizados por una persona, por lo que en buena parte de ellas se evalúa el compromiso personal de una autoridad y su credibilidad política personal más que el trabajo de los medios de comunicación, tal y como se ha explicado.</p> <p>Sin embargo, existe un <u>apartado de la web</u> que se dedica en concreto a la desinformación asociada a diversos medios informativos. No se ha constatado ninguna nueva verificación durante el periodo de observación. La última verificación localizada es de agosto de 2022. La página no aparece en el menú principal sino que forma parte del submenú "Demagog".</p>

1.1.13. Reino Unido: Full Fact

Full Fact es una organización sin ánimo de lucro establecida en Reino Unido desde 2009. Full Fact lucha para que la información correcta llegue a las personas que más la necesitan, ya sean individuos que toman decisiones sobre su salud o sobre a quién votar, o políticos que debaten el futuro de Reino Unido.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de	No explicita su regularidad.

publicación	
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí, pero no es muy precisa.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No explicita categorías.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí, muchos proyectos sobre Automated Fact Checking https://fullfact.org/about/automated/
6. Especificar las fuentes de financiación	La financiación está muy detallada, con los proyectos que han sido financiados por empresas. https://fullfact.org/about/funding/
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí, información detallada y con perfiles de los profesionales. https://fullfact.org/about/our-team/
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No especifica alianzas con otras plataformas
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Muchos proyectos con empresas. Información detallada sobre la financiación recibida. https://fullfact.org/about/funding/
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, en facebook, Instagram, Twitter,

11. Inclusión de formatos explicativos	Sí
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí, amplia variedad temática.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí, tienen un apartado en la web con fácil accesibilidad llamado Get Involved
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí, tienen un apartado en la web llamado feedback and Corrections.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No se ha encontrado.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Dicen que verifican también a periodistas.

1.1.14. Rumanía: Factual

Factual.ro (en lo sucesivo, "Factual") es un proyecto en línea cuyo objetivo es contrastar declaraciones y políticas. Fundado en 2014 en Rumanía, Factual surgió como respuesta a los cambios en la sociedad rumana y al creciente número de afirmaciones políticas falsas.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí (figura como "verified signatorie under renewal" en la web de la IFCN: https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories)
2. Regularidad de	No explicita su regularidad.

publicación	
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Explican el contexto de la información publicada, lo que se ha verificado, en qué se ha basado su análisis y aportan una conclusión sobre la autenticidad de la pieza verificada.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Falso, Truncado, Parcialmente Verdadero, Verdadero.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No se ha encontrado información al respecto.
6. Especificar las fuentes de financiación	Cuentan que se financian al 100% gracias al apoyo de sus mecenas y suscriptores. Cuentan con 26 mecenas que aportan 144 € al mes y ofrecen 3 tipos de tarifas mensuales para suscriptores: https://www.patreon.com/factualRo
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No se ha encontrado información al respecto
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No se ha encontrado información al respecto
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sostienen que son 100% independientes https://www.factual.ro/toate-declaratiile/#

10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, en Facebook y Twitter.
11. Inclusión de formatos explicativos	Explican el contexto de la información publicada, lo que se ha verificado, en qué se ha basado su análisis y aportan una conclusión sobre la autenticidad de la pieza verificada.
12. Variedad temática de las verificaciones	Amplia (Política, Justicia, Finanzas, Economía, Energía, Internacional, Cambios de Opinión y Coronavirus).
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Se dedica sobre todo a verificar la autenticidad de declaraciones públicas, no a verificar informaciones publicadas por los medios

1.1.15. Estados Unidos: FactCheck.org

FactCheck.org es un proyecto del Centro Annenberg de Políticas Públicas de la Universidad de Pensilvania. El APPC fue fundado por el editor y filántropo Walter Annenberg para crear una comunidad de estudiosos dentro de la Universidad de Pensilvania que se ocupara de cuestiones de política pública a nivel local, estatal y federal.

Características (comunes y específicas)	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso
---	---

observar/analizar	afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuando? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	No explicita su regularidad pero publica piezas casi a diario
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí: https://www.factcheck.org/our-process/
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	En las secciones <i>Ask FactCheck</i> y <i>Ask SciCheck</i> se responde con un <i>sí</i> o un <i>no</i> razonado a las preguntas formuladas por los usuarios; en el resto de informaciones verificadas, se pronuncian sobre la veracidad de la información analizada pero sin utilizar categorías fijas para clasificar las informaciones
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Se valen de los servicios CQ Transcripts y Rev.com para transcribir información
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí https://www.factcheck.org/our-funding/
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí: https://www.factcheck.org/our-staff/
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No se ha encontrado información al respecto

<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>FactCheck.org es un proyecto de la APCC (Annenberg Public Policy Center) de la Universidad de Pensilvania. La APPC fue establecida por el editor y filántropo Walter Annenberg para crear FactCheck.org es un proyecto del Annenberg Public Policy Center de la Universidad de Pensilvania. La APPC fue establecida por el editor y filántropo Walter Annenberg para crear una comunidad de académicos dentro de la Universidad de Pensilvania que abordara cuestiones de política pública a nivel local, estatal y federal.</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>Sí en Facebook, Instagram y Twitter.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>Sí</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Amplia: https://www.factcheck.org/archives/</p>
<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Sí: https://www.factcheck.org/factcheck-mailbag/</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Sí: <i>"If any new information comes to light after we publish a story that materially changes that story, we will clarify, correct or update our story and provide a note to readers that explains the change, why it was made and the date it was made. Readers can contact us at editor@factcheck.org to request a correction or clarification."</i></p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación</p>	<p>Sí. Cuentan entre otros recursos con un juego online para impulsar la alfabetización mediática de la ciudadanía, con resultados de aprendizaje especificados e instrucciones para educadores (https://www.factcheck.org/newsfeed-defenders/)</p>
<p>16. Analiza la tarea llevada</p>	<p>Sí. FactCheck.org se nutre de</p>


a cabo por los medios de comunicación	declaraciones y publicidad política emitida en las principales cadenas estadounidenses (ABC, NBC, CBS, Fox News, CNN y C-Span) pero se centra en el análisis de la veracidad de las declaraciones y no tanto en el enfoque de cada medio (“We monitor the factual accuracy of what is said by major U.S. political players in the form of TV ads, debates, speeches, interviews and news releases”)
---------------------------------------	---


1.2. Universidad o centro de investigación


1.2.1. Bolivia: ChequeaBolivia

Es una iniciativa de Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social (CERES) que pretende aportar al sistema democrático luchando contra la desinformación, detectando y verificando los contenidos falsos y/o engañosos que se difunden en RRSS, en y sobre el país, para luego difundir la correspondiente rectificación. Iniciativa que empezó el 1 de junio de 2019.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No consta. Ahora bien tiene muchos “aliados”: utiliza la “caja de herramientas” de Maldita.es y trabaja con “la Asociación de Periodistas de Cochabamba (APC), Los Tiempos, la Red ATB, Opinión, Radio Centro, Radio CanchaParlaska, Radio Urbana, Universidad Mayor de San Simón (UMSS), Universidad Católica Boliviana (UCB), Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFX), Extend Bolivia y Revista Inmediaciones”.

	 <p>ChequeaBolivia</p> <p>Caja de Herramientas</p> <p>Con el apoyo de Maldita.es</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografías • Vídeos • Buscadores • Búsqueda en RRSS • Traducción • Archivo • Mapas de Geolocalización • Tiempo atmosférico • Varios • Extensiones para navegadores <p>¡Verifica por ti mismo! Ingresa para conocer estas herramientas</p>
2. Regularidad de publicación	Es una plataforma activa - sube entre 50-60 posts per mes
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	<p>Sí. La metodología de ChequeaBolivia, apoyada en algunas experiencias internacionales como Verificado de México, Chequeado de Argentina y ColombiaCheck de Colombia entre otros, sigue tres etapas:</p> <p>i) Recolección de posibles noticias falsas de forma manual, basadas principalmente en el grado de viralización y tomando en cuenta las características descritas párrafos arriba. Se espera que en un determinado tiempo, sea la ciudadanía la que ayude en este proceso. No se toman en cuenta publicaciones de los medios de comunicación establecidos y tampoco las publicaciones de memes.</p> <p>ii) Verificación a cargo de periodistas, que seleccionarán una posible noticia falsa y harán una investigación con fuentes legítimas para determinar si ésta es:</p>

	 <p>iii) Rectificación de la noticia y publicación. Esta metodología se apoya en este portal web que contendrá toda la información recolectada, posibles noticias falsas, fuentes consultadas, rectificaciones y publicaciones, además de gestionar las verificaciones que solicite la ciudadanía y/o las entidades.</p>
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>No especificadas, pero da la impresión de que de CERES.</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>Sí. Su director JUAN SORUCO es licenciado en Comunicación Social de la UCB. Ha sido Director de los periódicos Los Tiempos de Cochabamba, Presencia, La Razón y La Prensa de La Paz, y del Centro de Documentación e Información (CEDOIN). Escribe la columna El Tejo en varios periódicos. Ha participado como coordinador de prensa en la Misión de Observación Electoral de la Organización</p>

	<p>de Estados Americanos en Nicaragua. Ha escrito varios ensayos sobre comunicación. Ha dirigido la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica Boliviana (UCB) San Pablo, regional La Paz.</p> <p>Juan Carlos Uribe M. Coordinador Informático, con Maestría en TELEMÁTICA, Investigador del Centro de Estudios de la realidad Económica y Social (CERES) en temas referentes a TIC, ha escrito varios documentos de investigación, además cuenta con sólidos conocimientos de administración, monitoreo y ejecución de proyecto. Ex Rector del Instituto TNAB</p> <p>+ un equipo de 6 periodistas/factcheckers juniors.</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>Sí, con Maldita.es</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>Sí</p>  <p>LAB TECNO SOCIAL</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>Sí, Facebook, Twitter.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>No</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Sí</p>
<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Sí</p>

14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí. <i>#Correcciones</i> Si nuestros lectores, hombres y mujeres, consideran que alguna de nuestras verificaciones tiene errores o es incompleta, pueden enviarnos una aclaración. Volveremos a revisar la nota en cuestión y se realizarán las correcciones necesarias.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Tiene una pastilla titulada "Alfabetización Mediática" pero sale un 404 cuando lo consultas. La web dispone de una "Responsable de Alfabetización Mediática": Alessandra V. Estrada A. Responsable Alfabetización Mediática Comunicadora Social, especializada en gestión de proyectos académico-científicos, con estudios en redacción científica en la Escuela Internacional de Actualización profesional de la GAP-Network y manejo de herramientas digitales para la enseñanza en la Universidad de Chile. Con experiencia como periodista de divulgación científica en la Dirección de Investigación Científica y Tecnológica de la UMSS, auxiliar de comunicación en la Escuela Universitaria de Posgrado de la UMSS.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí.

1.2.2. Ecuador: Ecuador Chequea

Es el primer medio ecuatoriano dedicado exclusivamente a la verificación del discurso público y contenidos engañosos que circulan en Internet. El portal se inscribe en un movimiento de verificadores de datos con, al menos, 100 experiencias globales activas, entre ellas Chequeado, de Argentina: ejercicio pionero en América Latina cuyo equipo capacitó a los profesionales de EC.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo?	Desde enero de 2019 ECUADOR CHEQUEA es parte de la International

(especificar año)	Fact Checking Network y suscribe sus principios. También se presume de ser socio de Facebook en su página principal.
2. Regularidad de publicación	Mínimo una publicación por semana.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	<p>Sí, se acoge a una experiencia de verificación que se desarrolla en cuatro etapas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Monitoreo y selección de frases o contenidos verificables: enunciados que son confrontables con hechos concretos de la realidad o con datos que nutren bases oficiales, académicas e independientes. El equipo periodístico rastrea frases en torno a: política pública, economía, sociedad, Derechos Humanos... 2. Confrontación de la frase seleccionada con la fuente original. 3. Contextualización del enunciado seleccionado con base en los datos oficiales e independientes que existan sobre la materia. Desarrollo de material de visualización para una mejor lectura de los datos procesados. 4. Ampliación cualitativa de los datos verificados con el aporte de académicos, investigadores y analistas para ampliar la apreciación y discernimiento de la información.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	<p>Sí:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cierto. El contenido que muestra información precisa y congruente con los datos fuentes. Las declaraciones son exactas y no omiten datos ni limitan la contextualización. - Falso. El contenido no tiene un fundamento real. Una declaración incongruente con los datos y fuentes. - Alterado. Contenido de imagen, audio o video editado o modificado que podría engañar a las personas. Esta categoría incluye imágenes alteradas, audios con mensajes falsos, videos sacados de

	<p>contexto, cadenas de WhatsApp.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Engañoso. El contenido no es completamente falso. Contiene mayores elementos de falsedad que de certeza. Es engañoso cuando la afirmación es congruente con la información o coincide parcialmente con ciertos datos, pero demuestra que pudo haber sido manipulada a fin de engañar. - Impreciso. Tiene algunas imprecisiones fácticas. Es impreciso cuando la afirmación es consistente con los datos disponibles, pero se omite u oculta información. - Sátira. Contenido que muestra exageración, ironía, ridiculización. Usado particularmente en contexto de temas políticos, religiosos o sociales. - Inverificable. Una afirmación donde no se puede identificar las fuentes o argumentos de las cuales se haya desprendido dicho enunciado.
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>Sí, sus procedimientos son claramente explicados en su web. Las fuentes utilizadas son citadas y se incluyen enlaces a documentos, segmentos con códigos abiertos y a los datos originales para que el lector pueda acceder directamente.</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>No</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>Sí, cuenta con un equipo de 10 personas, mayoritariamente periodistas, editoras y diseñadoras.</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>No.</p>

<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>Sí, cuenta con seis aliados mediáticos (criterios digital, una publicación de la cámara de comercio de Quito; Plan V, un medio digital sostenido por Crowdfunding; Vistazo, una revista de periodicidad quincenal; la barra espaciadora, una revista de periodismo literario; radio sucesos, Ecuavisa y tres socios académicos, la red ecuatoriana de mujeres científicas; La wildlife Conservation Society y La Facultad de Periodismo de la Universidad San Francisco de Quito); y tres aliados académicos: Periodismo, Red Ecuatoriana de Mujeres Científicas, Wildlife Conservation Society.</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>Sí, Facebook, X, Instagram, YouTube.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>Sí</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Sí, mayoritariamente políticas.</p>
<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Sí, vía redes sociales o WhatsApp disponible en línea.</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Sí, tiene un apartado de rectificaciones, donde además de su acceso a las redes concreta lo siguiente: Enviar un correo o mensaje con la solicitud correspondiente. En el asunto es necesario incluir: "Solicitud de rectificación". En el cuerpo del mensaje se señalará el contenido que se considera errado, anexando el enlace a la nota publicada. *Es importante adjuntar las fuentes a través de las cuales se concluye que la categoría consignada a la frase verificada no es la correcta o que los datos expuestos están errados.</p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de</p>	<p>No</p>

alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No

1.2.3. Estados Unidos: Politifact

Iniciativa del Poynter Institute, organización sin ánimo de lucro, para combatir la desinformación en Estados Unidos. En funcionamiento desde 2007.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	Sí. Diaria con mucha profusión de verificaciones de temas muy variados y que alcanzan hasta 14 estados diferentes.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. La web describe en detalle cómo seleccionan las afirmaciones que verifican, las fuentes que utilizan y la clasificación que aplican a los contenidos objeto de verificación.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí. Además de las contenidas en los "Truth-O-Meter" (verdad, mayormente verdad, parcialmente verdad, mayormente falso, falso y "pants on fire") y "Flip-O-Meter" ratings. Este último clasifica la consistencia de la versión oficial sobre un tema (No-flip: no cambio significativo de posición; half flip: cambio parcial; full flop: cambio completo). Por último, clasifican "promesas" de campañas electorales.

5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí. No figura ninguna mención en la web.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí, los lectores a través de suscripción al "Truth Squad" y donaciones además de otros medios (suscripción para recibir email semanal, por ejemplo).
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Explica la pertenencia del verificador al Poynter, por un lado y, por otro, lista a los profesionales que trabajan en la organización.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. Pero la mayoría son versiones regionales de Politifact. Además, son socios de Facebook y Tiktok.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. La mayoría de sus colaboradores con periódicos regionales: Austin American-Statesman, Milwaukee Journal Sentinel, Capital Public Radio, etc.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter y Facebook.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Todas las verificaciones son muy completas. Los formatos forman parte de los propios contenidos.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. Verifican una amplia variedad de temas. Como temas destacados figuran: Online hoaxes, coronavirus, salud, migraciones, extremismo, taxes, marijujua, medio ambiente, crimen, armas de fuego, política extranjera, LGBTQ.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. A través de correo electrónico y redes sociales.
14. Proporcionar un	Sí, en la sección "corrections and

espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	updates”.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí. Esta labor se incluye en las verificaciones que llevan a cabo por temas.

1.2.4. Francia: Lui Président

Lui Président (actualmente inoperativa) supervisó el cumplimiento de las promesas electorales de François Hollande (2012-2017) y Emmanuel Macron (2017-2022), para otorgarles veredictos entre 2012 y 2022.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Puntual.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No.
5. Hace referencia a	No.

herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	
6. Especificar las fuentes de financiación	No.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	No.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, Facebook y Twitter.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí, gráfica.
12. Variedad temática de las verificaciones	No, únicamente de François Hollande y Emmanuel Macron.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones	No.

realizadas	
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí.

1.2.5. Holanda: FHJ Factory

FACTORY es el mostrador de verificación y verificación de hechos de la Universidad de Periodismo de Ciencias Aplicadas de Fontys (Holanda), creado en 2008.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Sí. Se publica una verificación al mes
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí/No. En el apartado https://factorytilburg.fhj.nl/category/hoewerken-wij/ explican cómo trabajan (importancia de contactar con fuentes próximas, etc.) pero falta un detalle claro de la metodología de trabajo. No se recoge la metodología que se aplica de forma sistemática a cada verificación que se hace.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No. Normalmente no aplican categorías a las verificaciones que realizan.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que	No. No aparece ninguna referencia a herramientas de open access en las verificaciones publicadas

emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí, en tanto que forma parte de la Universidad de Periodismo de Ciencias Aplicadas de Fontys y se trata de una iniciativa pública.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Aparecen las personas que forman el equipo, foto y nombre
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No. En principio no parece que haya convenios con otras iniciativas
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. En tanto que forma parte de la Universidad de Periodismo de Ciencias Aplicadas de Fontys. También aparece vinculado al Tilburg Media Fund que promueve el periodismo local de calidad para informar mejor a los residentes, instituciones y empresas de la región de Tilburg sobre lo que sucede en la ciudad y sus alrededores inmediatos. https://www.tilburgsmediafonds.nl/
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Presencia en Twitter
11. Inclusión de formatos explicativos	No, no aparece una sección específica que haga referencia a este formato aunque este es el tipo de formato que domina el sitio web de esta plataforma y también en la sección llamada Blog
12. Variedad temática de las verificaciones	Si. Cuentan con Dinero, Energía, Planeta, Deporte, etc.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Los lectores envían sugerencias sobre temas para verificar, son muy activos en los comentarios y se nota que quieren implicar a la audiencia local.
14. Proporcionar un espacio donde se	Sí.No. Aparece un espacio donde se recopilan las correcciones realizadas por

especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	fechas pero no se especifica de forma clara la política de corrección de errores
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No. No aparece de forma clara la existencia de este tipo de iniciativas, pero sí una clara motivación de implicar a los ciudadanos de Tilburg en el proyecto.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No.

1.2.6. India: First Check

Según indican en su página web, por su formato y enfoque se trata de un proyecto de colaboración único en Asia. Reúne a periodistas, médicos y tecnólogos para identificar y combatir la desinformación médica, los rumores y las afirmaciones no científicas, desde las vacunas y los virus infecciosos hasta los medicamentos contra el cáncer y las enfermedades relacionadas con el estilo de vida. Parten del hecho de que, mientras que algunas de estas informaciones sólo pueden provocar un poco de confusión sobre lo que debe comer o la cantidad de ejercicio que se necesita hacer, otras pueden tener efectos más graves.

Investigan y verifican las afirmaciones dudosas y la información falsa que está cobrando fuerza en Internet, incluidas las redes sociales y los medios tradicionales, y se aseguran de ofrecer reportajes correctos y sin errores, a la vez que desmontan las afirmaciones engañosas sobre temas de salud.

Su equipo de médicos, tecnólogos y periodistas rastrea Internet y las redes sociales para desmentir la información errónea sobre medicina y salud.

First Check es una iniciativa de Health Analytics Asia, dirigida por OW DataLeads. Esta última es una organización de medios independiente y registrada como sociedad anónima en la India. Es signataria del código de principios de la IFCN lo que implica el compromiso de: no partidismo e imparcialidad, transparencia de las fuentes, transparencia de la


financiación y la organización, transparencia de la metodología y una política de correcciones abierta y honesta.

Fundada por el periodista galardonado Syed Nazakat, First Check es una rama independiente de Health Analytics Asia dedicada a la comprobación de hechos. Jisha Krishnan, editora de First Check, dirige un equipo de periodistas y verificadores de hechos de todo el mundo en este esfuerzo por separar los hechos de los mitos y la desinformación sobre la salud, especialmente en las redes sociales. La iniciativa cuenta con el apoyo de un equipo voluntario de expertos en salud de todo el mundo.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, se verifica el 8 de marzo de 2021. El sello se renueva con fecha 15 de mayo de 2022 tal como se puede comprobar en la página web de IFCN.
2. Regularidad de publicación	Sí, aunque las publicaciones resultan bastante irregulares: hay momentos en los que se publica varios días seguidos mientras que en otras ocasiones hay silencios de meses. Así por ejemplo en el momento en el que se accede a la página web (16 de noviembre de 2022), hay publicaciones correspondientes al 3 de noviembre, 23 de junio, 31 de octubre, 1 de junio, 27 de mayo, 23 de mayo, 19 de mayo, 17 de mayo, 11 de mayo, 6 de mayo, 27 de abril, 20 de abril, 13 de abril, 8 de abril, 7 de abril... todo relativo a 2022 pero en ese mismo orden. La publicación resulta por tanto irregular y no se ordena con un criterio cronológico claro.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. Se especifica en un apartado https://firstcheck.in/methodology/ al que se accede en la parte baja de la home. Cabe destacar también la longitud que destinan a explicar el carácter imparcial de la plataforma.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las	No. First check no emplea un sistema de categorías claro y estable para todas las verificaciones. En cada caso se accede al

verificaciones	contenido que se quiere verificar y al resultado de la verificación.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No se especifica al menos en la página web
6. Especificar las fuentes de financiación	<p>En un apartado (“Incorporation and Partnership”) se indica que First Check es una iniciativa de Health Analytics Asia dirigida por OW DataLeads, una organización mediática independiente registrada en la India como sociedad anónima. Se indica también que no aceptan donaciones ni apoyo/financiación de partidos políticos/religiosos o del gobierno.</p> <p>En este mismo apartado se aclara que OW DataLeads Pvt Ltd es una entidad con ánimo de lucro y obtiene sus ingresos de la creación de contenidos, de la formación en alfabetización mediática y comprobación de hechos, de los eventos mediáticos y de la visualización de datos, así como de su programa de afiliación a Health Analytics Asia.</p> <p>Asimismo, se aclara que en el año 2019/2020, las organizaciones que aportaron más del 5% del total de los ingresos de OW DataLeads fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> Google Internews Organización Mundial de la Salud Fundación Konrad Adenauer Universidad de Nueva York Red de Noticias de Asia <p>No hay datos más recientes relativos a los dos últimos años en los que, por otra parte, el tipo de información que verifica esta plataforma ha sido tan voluminoso.</p>
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las	En about us se indica qué 3 personas forman parte del equipo directivo y qué 11 forman parte del Core editorial team. En cada caso se ofrece una breve bio

<p>profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>para conocer mejor sus perfiles y trayectorias.</p> <p>Asimismo, se ofrece un mapa interactivo con la ubicación de los diferentes expertos a lo largo del mundo.</p> <p>En él se puede apreciar que muchos de ellos están concentrados en Asia y África.</p> <p>En cada caso se indica el cargo, el país en el que trabaja y se ofrece una breve bio de 5 ó 6 líneas.</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>No se especifican al menos en la página web.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>En la página web, no consta que hayan llevado a cabo colaboraciones con otros medios.</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>First check incluye enlaces a cuentas en Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y YouTube aunque no siempre corresponden a perfiles de la plataforma en sí sino de las entidades a las que First Check pertenece. Es el caso de HealthLEADS por ejemplo en el canal de YouTube, que cuenta con 776 suscriptores.</p> <p>En todo caso, se observa que, en general, no se hace un uso muy intensivo de estas plataformas. A las páginas en Facebook, LinkedIn e Instagram, por ejemplo, no resulta posible acceder.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>En el apartado "Factually", se incluyen vídeos explicativos. En ocasiones corresponden a entrevistas a expertos mientras que en otros casos se trata de vídeos cortos explicativos de menos de 2</p>

	<p>minutos que utilizan siempre el mismo tipo de animación y un estilo y lenguaje muy directos.</p> <p>En Twitter, muchos de los posts en los que se incluye el resultado de la verificación siguen una misma fórmula en la que se indica el mito y la realidad con enlace al resultado de la verificación:</p> 
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Se observa cierta variedad temática siempre dentro del amplio campo de la medicina y la salud. No se abordan temas distintos de éstos.</p>
<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Desde la portada de la página web, se ofrece la posibilidad de enviar un mensaje que se haya podido hacer viral para que sea comprobado. Para ello se ofrece un aplicativo en el que hay que incluir el nombre, el correo electrónico, el teléfono y un mensaje. También se ofrece la posibilidad de cargar una foto o un enlace a un vídeo. En este aplicativo se incluye también algunas directrices respecto a con qué criterios se seleccionan los mensajes que van a ser verificados. Más recientemente también se incluye la posibilidad de enviar a través de WhatsApp el material que se quiere someter a verificación.</p> <p>También se invita a que los usuarios (doctores, científicos, profesionales de la salud e investigadores) se puedan convertir en verificadores. En este caso se facilita un formulario en Forms en el que completar datos de identificación y también para conocer por qué interesa combatir la desinformación en cuestiones sanitarias.</p>
<p>14. Proporcionar un</p>	<p>La correction policy se explica en uno de</p>

espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	los apartados de la web. Sin embargo, no se detecta un espacio en el que se recopilen los errores en verificaciones previas ni las correcciones que se hayan llevado a cabo.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	En la página web de la plataforma no consta como algo específico de la plataforma, aunque sí de la institución a la que ésta pertenece.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	En la página web no se especifica el análisis de la tarea llevada a cabo por los medios

2. Producidas dentro de empresas o grupos mediáticos

2.1. Alemania: ARD FaktenFinder i BR24 #Faktenfuchs

ARC FaktenFinder es producido de manera interna en un medio de comunicación alemán. De acuerdo con la página web de Reporters Lab, el proyecto es una iniciativa del canal de noticias de televisión digital taggeschaud24, mientras que la radio alemana pública ARD contribuye con verificaciones en formato multimedia y escribe sobre afirmaciones y rumores difundidas en el país y alrededor del mundo.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Las publicaciones no son continuas ni siguen un patrón de regularidad. Analizando el mes de junio, encontramos que han publicado un total de 4 notas (días 15, 13(2), 27). En el mes de mayo solo publicaron 3 notas (días 6, 10 y 24).
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No. En la página no explican la metodología empleada. Lo que hacen es analizar alguna afirmación hecha por políticos o cualquier otra voz, aportando datos para desmentir dichas afirmaciones. También cuentan con un

	podcast en el cual verifican información.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	No se especifican, pero al ser parte de un medio de comunicación se podría asumir que el mismo medio lo financia.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No se menciona de manera específica, sin embargo, en la página https://www.tagesschau.de/kontakt_und_hilfe/hilfe/ se señala que los verificadores de información son trabajadores de ARD (radio pública alemana) los cuales investigan rumores, corrigen informes falsos y brindan información básica sobre temas de actualidad.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	No.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	No. Tagesschau está presente en varias redes sociales (twitter, Facebook, youtube, Instagram) pero en ellas no publica nada sobre Faktenfinder.
11. Inclusión de formatos explicativos	No.

12. Variedad temática de las verificaciones	Sí.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	Sí.

BR24 #Faktenfuchs es producido de manera interna dentro de la emisora pública de radio BR24 basada en Múnich. Verifica afirmaciones políticas y rumores en redes sociales. Durante noticias Breaking News se enfocan en la verificación de vídeos y fotos publicados en línea. Cubren diferentes temáticas como política, medio ambiente, economía, sociedad, agricultura o medicina.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Las publicaciones no son continuas ni siguen un patrón de regularidad. Analizando el mes de junio, encontramos que han publicado un total de 5 notas (días 2(2), 3, 10, 17, 19 y 24). En el mes de mayo solo publicaron 3 notas (días 9, 15 y 20).

<p>3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones</p>	<p>Sí. Como explica en su página web, las ideas de los artículos provienen principalmente de los timelines de las redes sociales y los comentarios de las personas. También escanean numerosas fuentes en internet las 24 horas del día haciendo uso de software para monitorear twitter, instagram, youtube, blogs, foros o medios en línea.</p> <p>Metodología: a) Se escuchan todas las perspectivas y se incluyen Fuentes independientes como estudios, documentos (históricos) o la valoración de científicos; b) Se hacen las siguientes preguntas ¿Qué es exactamente lo que se reclama? ¿puede ser esto? ¿hay pruebas, o no? ¿hay alguna indicación que aún no sea científicamente sólida? ¿hay contradicciones o voces disidentes?; c) Observan cuánto tiempo ha existido el sitio o una cuenta y si se conocen a los autores ¿cuál es el contexto del contenido? Comprueban el desarrollo y la credibilidad del contenido o autor. También preguntan si una publicación o un artículo, una imagen o un vídeo se han sacado de su contexto local o temporal, o si contienen contradicciones, o si no están respaldadas por hechos (faltantes) o Fuentes. Verifican números, datos y su contexto, así como la admisibilidad de las conclusiones; d) antes de publicar un artículo pasa por varias redacciones estrictes aplicando al menos el principio “de los cuatro ojos”.</p> <p>En caso de ser necesario revisar imágenes, vídeos y textos de redes sociales en detalle, se utilizan más herramientas que involucran un zorro: a) BR24 aporta apoyo a través de su equipo denominado “Facts Fox” que trabajan en torno a las fechas de las elecciones y los principales debates públicos, así como para identificar información errónea recurrente y cotidiana; b) en el caso de noticias de</p>
---	---


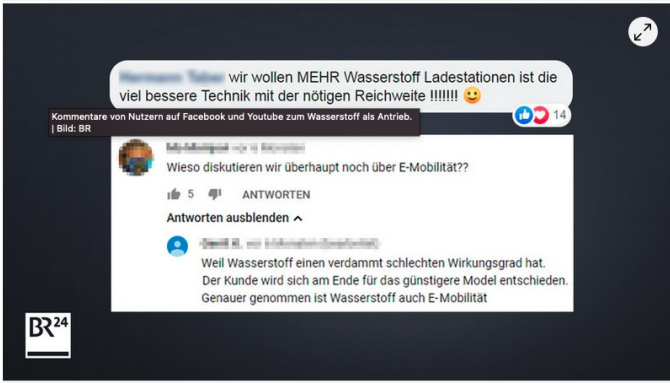
	<p>última hora, los expertos verificant la autenticidad de las imágenes y vídeos, si los temas son especiales, todos los periodistas especializados de la BR colaboran con la investigación de los "zorros"; d) el #FactFox es un asistente digital para editores de redes sociales, ayuda a difundir las verificaciones de datos.</p> <p><i>🔦 Das #Faktenfuchs-Team geht Fragen nach, die in den Social-Media-Timelines auftauchen oder sich aus dem aktuellen Tagesgeschehen ergeben. Im Breaking-News-Fall prüfen die Experten Bilder und Videos auf ihre Echtheit. Bei Spezialthemen stehen zudem alle Fach-Journalisten im BR bereit, ihr ganzes Wissen in eine Faktenfuchs-Recherche zu stecken. Bei der Verbreitung der Faktenchecks hilft der #factfox, ein digitaler Helfer für Social-Media-Redakteure - so kam auch der Fuchs zum Team 🦊</i></p> <p>En los informes actuales en particular, se aplican estándares de calidad claros en BR, por ejemplo: dos fuentes como base, al menos el principio de cuatro ojos, incluso el principio de seis ojos, separación clara de noticias y comentarios. Permiten que la audiencia forme su propia opinión basada en hechos bien fundados, señalan en su página web.</p>
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	BR24.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Se muestran de manera transparente. La editora en jefe de BR24 es Gudrun Riedl, quien también desarrolló el formato #Faktenfuchs. Janina Lückoff dirige el equipo BR24 #Faktenfuchs. El equipo central es responsable de la investigación, redacción y edición. El equipo está formado por: Janina Lückoff (Teamlead, Autora), Karen Bauer

(Autora), Fabian Dilger (Autor), Max Gilbert (Autor), Jana Heigl (Autora), Julia Ley (Autora), Yvonne Maier (Autora), Jonas Miller (Autor), Sophie Rohrmeier (Autora) y Friederike Wipfler (Autora). Dado que el equipo #Faktenfuchs también trabaja con periodistas de las redacciones especializadas de Bayerischer Rundfunk y con corresponsales de la red ARD, a veces aparecen otros nombres de autores en el formato #Faktenfuchs que no forman parte del equipo central.



Das aktuelle Team des BR24-#Faktenfuchs
Bildrechte: Grafik: BR

8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. Radio pública ARD y Bayerischer Rundfunk (redacción).
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube.
11. Inclusión de formatos explicativos	No.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí.

<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Sí. Reciben preguntas, incertidumbres y temores del público a través del correo electrónico o por teléfono. En los artículos especifican qué motivo la investigación. También recopilan ideas a través de los comentarios de los usuarios en redes sociales como Twitter, Facebook, YouTube e Instagram.</p>  <p>Das Social Listening zeigt einen Weg, wie der #Faktenfuchs an seine Themen kommt. Bildrechte: Grafik: BR</p>  <p>Kommentare von Nutzern auf Facebook und Youtube zum Wasserstoff als Antrieb. Bildrechte: BR</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Sí, se especifica la política de corrección de errores, para las correcciones realizadas tienen un blog adicional. Estas son las políticas de acuerdo a su página:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los requisitos constitucionales significan que los radiodifusores de servicio público están comprometidos con el público en general. Por lo tanto, son independientes del estado (lejos del estado) y de los grupos de interés privados. Como una emisora pública, BR tiene derecho al autogobierno, lo que significa que la supervisión estatal se limita a una supervisión legal limitada. - Un código de conducta interno de BR tiene como objetivo obligar a todos los

	<p>empleados y autónomos de BR a actuar con integridad. Esto tiene por objeto garantizar la independencia de las decisiones operativas y programáticas. Por ejemplo, las actividades secundarias requieren la aprobación del departamento administrativo. Además, las pautas indican cómo deben comportarse los empleados de BR en las redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En los perfiles de autor de BR24, la redacción llama la atención sobre sus temas principales y cualquier actividad y compromiso fuera de la oficina editorial. De esta forma, los posibles conflictos de intereses se presentan de forma transparente. Un posible informe unilateral también se detiene por el principio de múltiples ojos. - Los empleados de BR se ven obligados a seguir las directrices para el trabajo periodístico publicadas por el Consejo de Prensa Alemán y el código de prensa. Además, la BR enseña en su serie "Telekolleg" qué requisitos éticos impone el consejo de prensa a los periodistas
<p>15. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio</p>	<p>Sí, se considera que ya lo hace.</p>

2.3. Estados Unidos: Snopes y Fact Checker

Snopes es probablemente, una de las iniciativas de verificación más antiguas del mundo. Empezó en 1994, investigando leyendas urbanas, bulos y folklore. Fundada por David Mikkelson y siempre publicada en digital. Y actualmente con un gran equipo de periodistas, ciudadanos y colaboradores expertos en distintos temas. Se trata de una publicación independiente, que intenta poner énfasis en sus estándares de publicación y en sus procedimientos destaca el papel del editor en la construcción de las informaciones que difunden. Nada se publica sin haber pasado por un

editor. Su foco más importante son las informaciones políticas y procuran darle mucha importancia a los temas sugeridos por sus lectores.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	Sí, diario y de más de cinco entradas.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí, cada entrada se asigna a uno de los miembros de la redacción, que se encarga de la investigación preliminar y redacta el primer borrador de la verificación. LA investigación comienza (siempre que es posible) con el intento de ponerse en contacto con la fuente de la afirmación para obtener más detalles e información de apoyo. También intentan ponerse en contacto con personas y organizaciones que conozcan o tengan experiencia en el tema en cuestión, así como buscar información impresa (artículos de prensa, artículos de revistas científicas y médicas, libros, transcripciones de entrevistas, fuentes estadísticas) que tenga relación con el tema.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No, especifican lo siguiente: " Dado que el material que abordamos puede ir desde analizar si una imagen ha sido manipulada digitalmente hasta explicar el texto de un proyecto de ley del Congreso, no podemos describir un método único que se aplique a todas nuestras comprobaciones de hechos."
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí

6. Especificar las fuentes de financiación	El modelo de negocio de Snopes no acepta donaciones externas. Por tanto se financia con publicidad y por eso puede llegar a resultar molesto, por el volumen de publicidad en sus publicaciones.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Snopes no parece tener ningún vínculo con ninguna plataforma adicional de Fact Checking, sin embargo, en su sección de FAQ, se puede encontrar detalles sobre el trabajo que realizan con su software y se puede establecer una dependencia muy fuerte Google y Amazon, que se constituyen en sus principales proveedores de tecnología.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, Facebook y X.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí, de todo tipo.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí, a través de un formulario de contacto. Especifican lo siguiente: Nuestra política es corregir rápidamente los errores de hecho y aclarar cualquier declaración potencialmente confusa o ambigua en nuestros artículos. Los lectores pueden enviar posibles correcciones a través del formulario de contacto, que se enviarán a un redactor para que las evalúe y actúe en

	consecuencia.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí, en el apartado "corrections policy". Siempre que cambiamos la calificación de una comprobación de hechos (por cualquier motivo), corregimos o modificamos un hecho de apoyo sustantivo (aunque no afecte a la calificación general del artículo), o añadimos nueva información sustancial a un artículo existente, esos cambios se señalan y explican en un cuadro de Actualización al pie del artículo.
15. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	No consta.

Fact Checker es el verificador norte-americano de *The Washington Post*. La columna del periodista Glenn Kessler, su fundador, se creó el 19 de septiembre de 2007 con el objetivo de cubrir la campaña presidencial de 2008. El verificador, tal y como la conocemos ahora, se lanzó el 11 enero de 2011.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí. The Fact Checker fue signatario inaugural del código de principios de la IFCN desde que esta se creó el 15 de septiembre de 2016.
2. Regularidad de publicación	Sí. Se publica verificaciones cada uno o dos días.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí/No. En una serie de principios básicos, explican el modo en el que se ciñen a los hechos y declaraciones de políticos, aplican las normas de rigurosidad del periódico, el "Pinocchio Test" o cómo evalúan las afirmaciones objeto de verificación, etc. Pero en la página web no figura, tal cual, de manera sistemática, una metodología de verificación.

4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí. Explican el porqué del número de "Pinochos" asignado a una afirmación política u otras categorías como "The Geppetto Checkmark" (afirmación verdadera) o "Verdict pending" cuando no ha sido posible verificar una pieza.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí. No figura ninguna referencia a herramientas de open access pero la plataforma reenvía a una guía súper completa del verificador sobre cómo identificar vídeo manipulado. <u>Este</u> es el enlace.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí, en el sentido que la web incluye claramente la referencia a la sección "Noticias nacionales" de la que forma parte, y la referencia a Jeff Bezos, dueño del periódico. También especifica que, en 2019, The Fact Checker recibió una subvención de 250000 dólares de Google News Initiative/YouTube para expandir su producción de verificaciones de videos.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Nombra a los periodistas de The Washington Post que trabajan en la plataforma y cómo esta forma parte de la sección de Nacional de The Post.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No. En la web, al menos, no figura ningún tipo de alianza.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí, según lo dicho en n. 6, en 2019, The Fact Checker recibió una subvención de 250000 dólares de Google News Initiative/YouTube para expandir su producción de verificaciones de videos.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí/No Presencia en Twitter y Facebook.

11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Estos formatos están insertos en las verificaciones.
12. Variedad temática de las verificaciones	No. Verificación política.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Los lectores envían sugerencias sobre temas para verificar y consejos sobre afirmaciones erróneas de candidatos políticos, grupos de interés y medios de comunicación. Una vez publicado una verificación sobre un tema, invitan a los lectores a enviar sus comentarios y contribuciones vía Twitter (GlennKesslerWP) o Facebook.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí. Esta política aparece muy detallada y coincide con la de The Washington Post.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Al menos así lo demuestra el hecho de que, en 2015, la Asociación Nacional para la Educación en Alfabetización Mediática (NAMLE) otorgó a Kessler, el fundador y jefe de la plataforma, el premio Media Literate Media.
16. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	No.

2.4. Francia: AFP Fact Check, InfoMigrants, Les Décodeurs de Le Monde, Les Observateurs - France 24 y Vrai ou fake Franceinfo

AFP Fact Check es una agencia de prensa francesa creada en el año 2017.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características
---	---

	debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	La sección de fact-checking de la agencia France Presse publica de forma regular, prácticamente varias verificaciones al día en secciones organizadas por área geográfica, temas e historias principales.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	La página web de AFP explica con claridad los procesos de verificación desarrollados por la agencia. AFP fact check explica como se comprueban fotografías y vídeos, no sólo por medio del programa InVID/WeVerify, sino por medio de la comprobación manual de las fotografías. En cuanto a declaraciones y fuentes, no sólo se hacen comprobaciones por teléfono o internet, sino que algunas noticias se verifican in situ, visitando los lugares en los que se produce la hipotéticamente la información. AFP fact check explica también como verifica en Facebook y que, a pesar de marcar las historias como falsas, no son eliminadas de la red social.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Aunque no se explica en la metodología, AFP utiliza tres etiquetas para indicar que ha verificado y encontrado problemas en una información: "false", "misleading" o "altered image".
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	AFP fact check explica en su metodología que emplea la herramienta de comprobación de imágenes InVID/WeVerify (https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/), que es unha aplicación open access que puede bajarse como extensión al navegador. Esta herramienta digital fue desarrollada por la propia AFP en el marco del programa Horizon 2020, dentro del programa de innovación WeVerify (2018-2021). Se entiende, por tanto, que se trata tanto de una herramienta propia,

	pues ha sido desarrollada por la agencia, y, al mismo tiempo, una aplicación open access, al ponerla a disposición del público general.
6. Especificar las fuentes de financiación	La página web no indica sus fuentes de financiación de forma explícita, pero, al depender de la agencia de noticias France Presse, se entiende que es la fuente única de financiación.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	La web de AFP fact check incluye un apartado en el que se explica la estructura internacional de la agencia, con sus sedes en las distintas áreas geográficas que cubre su actividad: Europa, Norteamérica, Pacífico y Sudeste Asiático, América Latina y Oriente Medio. Se indica los nombres de as y los editores en cada región, así como de las reporteras y reporteros.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Al tratarse de uno de los servicios de noticias más grandes del mundo, AFP fact check se presenta como un servicio de verificación independiente de otras iniciativas.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Como se indicó en apartados anteriores, APF fact check verifica noticias dentro de la propia estructura de su servicio y lo hace también para Facebook.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	AFP fact check tiene cuentas de Twitter, Instagram y Facebook con actividad constante. En Twitter cuenta con 72.900 seguidores, en Facebook tiene 32 528, mientras que la cuenta de Instagram tiene 4718 (datos a 29 de junio de 2022).
11. Inclusión de formatos explicativos	El tipo de redacción de verificaciones de la agencia es siempre de tipo explicativo, al indicar como se verifica y dar amplia cobertura al seguimiento de las noticias.
12. Variedad temática de las verificaciones	La información verificada por AFP es de muy diversas temáticas pero se organiza alrededor de varias macro temáticas

	destacadas en la estructura de la web: medio ambiente, salud, política y ciencia. También se organiza, como ya fue indicado, en áreas geográficas en las que opera la agencia.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	La web no presenta ningún apartado en el que se solicite la participación del público. Tampoco se hace desde las redes sociales de la agencia, en las que simplemente se publican las verificaciones.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Una sección de la web está destinada a las correcciones, que se detallan en una lista accesible por medio de enlaces.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	AFP fact check, como líder mundial de fact checking tiene un programa formativo para profesionales y público general. En su página web incluye varios recursos de aprendizaje para poder detectar contenidos falsos. Uno de ellos, "tips and tools", contiene recursos básicos para que el público general pueda verificar informaciones que recibe.
16. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	El servicio hace fact checking de otros medios , sobre todo, información que aparece en redes, pero no se indica que verifique sus propios contenidos.

InfoMigrants es una plataforma de medios francesa creada el año 2017.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	La web publica noticias a diario

3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No existe un apartado en el que se especifique el método de trabajo. En el apartado "About" se indica que el objetivo de la web es ofrecer información verificada, pero no se presentan procesos de verificación como tal.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No se muestran etiquetas o categorías de verificación, solo se separan por ámbito geográfico y se clasifican en "top stories".
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No se citan herramientas al no presentarse una metodología.
6. Especificar las fuentes de financiación	La web indica que el proyecto está cofinanciado por la Unión Europea y deriva de la colaboración de tres grandes medios: France Médias Monde, Deutsche Welle y la agencia italiana ANSA. Sin embargo, no se presentan datos económicos del apoyo de la UE ni la aportación en financiación o personal de cada medio.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No aparece en la web ninguna información sobre el organigrama o profesionales que trabajan en el proyecto. Algunas de las noticias van firmadas por periodistas y otras por las agencias y medios que sustentan el proyecto.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Como parte de tres medios de gran envergadura, la plataforma se alimenta del trabajo de sus redacciones y no tiene alianzas con otras iniciativas.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Como se explicó anteriormente, InfoMigrants es resultado de una alianza entre France Médias Monde, Deutsche Welle y la agencia italiana ANSA y, por tanto, se sustenta del trabajo de estos medios.

10. Continuidad y presencia en redes sociales	Infomigrants tiene cuentas en Facebook (611.206 followers), Twitter (19.000), Instagram (13.400) y usa la línea de mensajería Rakuten Viber, con una comunidad de 2.342 miembros. Es importante señalar que estas redes sociales son de vital importancia para informar a migrantes que tienen acceso a la información en sus teléfonos móviles.
11. Inclusión de formatos explicativos	No aparecen formatos de este tipo.
12. Variedad temática de las verificaciones	Al tratarse de un medio especializado, las verificaciones publicadas se restringen a temas de migración.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	La web tiene un apartado de experiencias personales que se pueden subir a través de redes sociales. En la web son fruto de trabajo periodístico en campos de refugiados o en rutas migratorias.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No aparece.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No aparece.
15. Verifica al propio medio con equipos de fact-checkers 'blindados' Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No se verifica a los propios medios ni parece que se verifique a otros, sino que se incluye información útil y verificada. Más que verificaciones, lo que parece publicar la página son noticias y reportajes con información útil para migrantes y con abundantes testimonios personales, un enfoque poco habitual en los medios generalistas.

Les Décodeurs de Le Monde es un verificador de hechos y fuentes del diario Le Monde, creado en el año 2017 y establecido en Francia.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, aunque su insignia caducó en agosto de 2021
2. Regularidad de publicación	Sí. Como mínimo hay una publicación por semana, aunque el ritmo se incrementa en función de la actualidad (por ejemplo, cuando hay elecciones puede haber hasta una publicación al día)
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí/no. En el apartado https://www.lemonde.fr/verification/ se exponen de forma detallada los pasos para comprobar la fiabilidad de un sitio web, si un rumor es cierto o verificar una fuente de información, pero se trata de una guía abierta para el público y no se especifica si son los mismos pasos que se realizan desde la misma plataforma.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí. Se utilizan etiquetas como "descodificación", "verificación", "entrevista" o etiquetas temáticas como "elecciones presidenciales 2022", de manera que es fácil acceder a todas las verificaciones de una misma categoría
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí. Ofrece acceso a Decódex, una herramienta web que permite comprobar la fiabilidad del sitio web de donde se ha sacado una información.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí. La iniciativa está integrada dentro del periódico Le Monde y en este apartado detalla su modelo económico y accionariado: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-

	decodeurs_4365106_4355770.html#huit-anchor-5-modele-economique-
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Hay un apartado dedicado al equipo y allí aparecen con su nombre, cargo y currículum
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. En su propia página web informa de la alianza con IFCN (a la que se unieron en 2017) que, según indican, permite a sus periodistas intercambiar datos y acceder a una base global con el resto de miembros de la red.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí/no. En su web informan que tienen un acuerdo remunerado con Facebook para combatir las noticias falsas. Consiste en publicar artículos de verificación centrados en publicaciones populares de la red social, con el objetivo de informar a los usuarios de Facebook de la veracidad de los contenidos que comparten o consultan. Aún así, no consta cuál es la cantidad de la remuneración.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter y Facebook activos a diario y con un gran número de seguidores, en Instagram tienen cuenta, pero no han realizado ningún post.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Hay un apartado con recursos para comprender mejor las explicaciones (definiciones, vocabulario, etc) y otro donde se presentan datos en forma de gráfico para hacerlos más comprensibles.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. Aunque durante el período analizado hay una amplia predominancia de artículos de política nacional francesa por coincidir con un proceso electoral, también se encuentran algunas publicaciones relacionadas con los ámbitos de la salud, economía y política internacional
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Además de la posibilidad de interacción a través de sus redes sociales, disponen de una dirección de correo electrónico

	(decodeurs@lemonde.fr) donde los lectores pueden mandar sugerencias para la verificación de un determinado rumor u información. Entonces el equipo lo evalúa y, en función de su procedencia, nivel de veracidad, viralidad e importancia para el público en general decide si se elabora un artículo.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí/no. Existe un apartado donde se explica detalladamente la política de corrección de errores, tanto para los mayores como los menores, pero no existe una recopilación de todas las correcciones realizadas.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. En el apartado "Guía para ayudarte en tu investigación", se ofrecen al lector todos los pasos que debe seguir para verificar por si mismo si una noticia puede ser falsa.
16. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No/sí. No hay constancia que verifique al propio medio, pero sí que aparecen verificaciones relacionadas con otros medios de comunicación.

Les Observateurs - France 24 es la plataforma de verificación de la cadena de televisión pública francesa France 24, establecida en Francia y creada el año 2014.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, aunque su insignia caducó en septiembre de 2021
2. Regularidad de	Sí. Hay publicaciones prácticamente a

publicación	diario, y algunas veces más de una
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. En el subapartado "Metodología", dentro del apartado "Quiénes somos", se ofrece una descripción detallada de los pasos que siguen para verificar una información, vídeo o imagen.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí. Utiliza la etiqueta "Intox" (desinformación) para clasificar las informaciones que resultan ser falsas, lo que es muy útil para saber rápidamente si una información es cierta o no. También se utilizan etiquetas temáticas, como "Covid 19", "África" o "Ucraina" para reunir todas las informaciones sobre un mismo tema.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí. Ofrece enlaces a herramientas abiertas para la verificación de imágenes o videos, como Forensically o Forensics.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí/no. Se menciona que, como servicio de France 24, forma parte del grupo France Médias Monde, propiedad al 100% del estado francés, pero no entra en más detalles sobre sus fórmulas de financiación.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Aparecen todos los miembros del equipo con su nombre, fotografía y currículum.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. Se menciona la colaboración con IFCN, a partir de la cual se realizó un intercambio entre Les Observateurs y Teyit.org, una organización de verificación turca. También participó en Crosscheck, una asociación de medios franceses de verificación de hechos que se lanzó como proyecto único durante las elecciones presidenciales francesas de 2017 con el apoyo financiero de First

	Draft News y Google News Lab.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí/no. Según consta en la página web, Google brinda financiamiento anual a Les Observateurs a través de su programa de becas en asociación con el Centro Europeo de Periodismo, para que un joven periodista realice prácticas de ocho semanas en la redacción. También colabora con Facebook para verificar datos en la red social, de manera que si un elemento se identifica como falso, Facebook reduce su frecuencia en las fuentes de noticias de los usuarios. Aunque no se indica la cantidad obtenida, sí se menciona que en 2018 los fondos procedentes de Facebook permitieron al equipo editorial financiar un puesto de periodista a tiempo completo, y entre abril de 2016 y abril de 2017, los fondos asignados por New Venture Fund permitieron financiar también un puesto de periodista a tiempo completo. Aún así, en ningún caso se facilitan las cantidades concretas.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Publicaciones regulares en Twitter, Facebook, Instagram y Youtube.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Se organizan encuentros digitales regulares con periodistas de la plataforma para que puedan comentar directamente sus observaciones a los espectadores.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. La mayoría hacen referencia a noticias internacionales, cubriendo una amplia variedad temática y geográfica, aunque generalmente predomina la política
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Se facilita la participación a través de correo electrónico, whatsapp y redes sociales, para que los lectores puedan sugerir temas o consultar posibles desinformaciones
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y	No.

donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Ofrece una "Guía de Verificación" para que cualquier usuario conozca los pasos a seguir para verificar una foto, vídeo, web o información.
16. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	No.

Vrai ou fake Franceinfo está vinculado a Franceinfo, la cadena audiovisual pública de Francia. Fue creada en el año 2020.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2019.
2. Regularidad de publicación	Sí. Una media de dos o tres verificaciones al día
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No. La web indica cómo seleccionan las afirmaciones que verifican y la metodología, pero esta no está tan detallada como se ha visto en otros casos.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No. No aparece un listado claro de categorías que se apliquen posteriormente a las verificaciones hechas
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar	No. No figura ninguna mención en la web.

materiales textuales y audiovisuales	
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí, financiada por el estado en tanto que es la plataforma de verificación del ente audiovisual público francés.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. Explica la lista de personas que forman el equipo y una short bio de cada uno de ellos
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No. Se explica que forma parte de IFCN pero no se indica ninguna otra colaboración de forma explícita.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. Es la plataformas de verificación de la cadena audiovisual pública francesa en la que están Arte, el Instituto Nacional del Audiovisual (INA), France Médias Monde, France Télévisions, Radio France y TV5 Monde.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter y Facebook.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Todas las verificaciones son completas y se ajustan sin haber una sección concreta dedicada a este formato.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. Verifican una amplia variedad de temas, entre otros, de política, internacional, economía, etc.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. A través de correo electrónico y redes sociales.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de	Sí, Aquí se explica el procedimiento: https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/la-charte-de-vrai-ou-

corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	fake_4138939.html
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Aparece vinculado a distintas iniciativas de alfabetización mediática e informacional de Franceinfo, que no son necesariamente exclusivas sobre fact-checking: Lumni https://www.lumni.fr/college/quatrieme/education-aux-medias-et-a-l-information Savoirs https://savoirs.rfi.fr/fr/apprendre-enseigner/societe/leducation-aux-medias-outils-et-reperes
16. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	Sí. Verifica temas publicados por otros medios de ámbito francés e internacional.

2.5. Noruega: Faktisk

Faktisk.no es una organización sin ánimo de lucro e independiente para verificar el debate social y el discurso público en Noruega. Fue fundada en 2017 por un grupo de empresas informativas nacionales: los periódicos VG y Dagbladet en 2017, las cadenas públicas NRK, TV2 a continuación, a las que en 2018 se sumaron los grupos de medios Polaris Media y Amedia.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Desde cuándo? (especificar año)	Desde octubre de 2017. La acreditación estará vigente hasta el 25 de mayo de 2023.
2. Regularidad de publicación	Publica tres tipos de documentos como respuesta a las demandas de verificación. En las últimas ocho semanas, se han publicado 19 piezas, de

	<p>forma que la media de publicación es de 2,4 por semana (observadas entre el 23 de septiembre y el 23 de noviembre de 2022)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Verificaciones: 6 2. Documentos: 13 artículos 3. Comentarios: Ninguno
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	<p>En general, sí, aunque las explicaciones resultan algo genéricas. No quedan del todo claro algunos detalles: cómo escogen las verificaciones, o las razones por las que no usan categorías en las conclusiones de una verificación, por qué firman los textos, por qué hacen a menudo actualizaciones sin especificar si sucede de oficio o a causa de alguna queja y otros asuntos de interés propios de la reflexión habitual en que se basan las decisiones metodológicas que toman las plataformas después de una reflexión.</p>
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	<p>No utilizan etiquetas ni categorías. El formato de las verificaciones presenta dos titulares, uno para establecer de qué se duda y el segundo para resolver la cuestión. A continuación, como pasa con los artículos, el texto desarrolla las cuestiones esenciales y añade información de contexto.</p> <p>Cuando una verificación no puede llegar a una conclusión clara, se usa el formato de artículo y se omiten esos dos titulares. Tan solo en algunos bulos gráficos (fotos o videos) se coloca una gran equis roja sobre la foto que presenta la verificación (en caso de falsedad).</p>
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	<p>No, salvo el acuerdo que se mantiene con la empresa de base de datos Retriever por el que consigue algunas herramientas de búsqueda de información especiales (ver colaboraciones con terceros), aunque no se puede considerar una herramienta tanto propia como exclusiva.</p>
6. Especificar las fuentes	<p>Se financia por una combinación de</p>

<p>de financiación</p>	<p>participación popular, financiación privada de los medios informativos fundadores y por convenios de colaboración con diversas entidades, por ejemplo Facebook. La información económica resulta particularmente clara y comprensible.</p> <p>En caso de que existan déficits a final del ejercicio, las empresas fundadoras lo asumirían con una aportación proporcional y específica, al margen de la realizada cada año. En caso de obtener beneficios, estos se reinvertirían en la propia entidad, no en las empresas promotoras.</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>Se ofrece información sobre las nueve personas que trabajan en la entidad. De casi todos los miembros se detalla la foto, una biografía profesional y una dirección de email. Suelen provenir de las propias empresas asociadas. La redacción de Fakstik depende de una junta directiva compuesta por diversos cargos de las empresas informativas fundadoras.</p> <p>Presidente Helje Solberg, directora de noticias de NRK Gard Steiro, editor responsable y director general de VG Frode Hansen, editor de noticias de Dagbladet Karianne Solbrække, editora de noticias, TV 2 Tove Nedreberg, director gerente de Adresseavisen y Polaris Media Midt-Norge Stig Finslo, director de asuntos editoriales y relaciones públicas de Amedia Kjersti Løken Stavrum, director gerente de las industrias Stiftelsen Tinius y Blommenholm Arne Norheim, ex director ejecutivo de Webstep</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene</p>	<p>Mantiene el mencionado acuerdo con Facebook para solucionar las necesidades</p>

<p>contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>de verificación de la red social, pero no consta ningún acuerdo con otras plataformas de verificación.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>Aparece en la web una tabla interactiva con todas las aportaciones realizadas por los miembros del grupo fundador y el resto de organizaciones externas colaboradoras de Fasktisk que presenta a todos los socios y las entidades que financian la ONG.</p> <p>Los grupos, empresas y entidades con los que mantiene una relación económica serían los siguientes (datos de 2021): Autoridad de Medios de Noruega, IFCN, Palabra gratis y Facebook</p> <p>Al margen de las aportaciones de estas empresas, se obtienen otros ingresos:</p> <p>Cursos y conferencias: 354.500 coronas Donaciones: 26.207 coronas Transferencias de regalos: 99.000 coronas</p> <p>También se anuncian convenios de colaboración con la Agencia Noruega de Telegramas (NTB) para facilitar una distribución amplia e inmediata de las verificaciones de hechos y los artículos a todos sus usuarios.</p> <p>Con la empresa de bases de datos Retriever, para facilitar el análisis de medios y a su vez con Facebook, como se ha indicado. Esta empresa se mantiene como colaboradora desde el otoño de 2018, cuando Faktisk se convirtió en su colaboradora en verificación de hechos. Facebook ofrece a cambio herramientas de información y apoyo financiero.</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>No se han localizado accesos específicos para los usuarios a través de redes sociales, aunque sí se envían los resultados de Fakstik a través su página de <u>Facebook</u> (57mil seguidores) y la de</p>

	<p><u>Twitter</u> (600 mil seguidores). A través de estos canales, los usuarios podrían contactar con la entidad y responder a los mensajes.</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>Hay tres formatos de resolución, pero no se han encontrado ningún repositorio o carpeta del menú donde se conserven las respuestas agrupadas para que informen sobre cuestiones de interés general del tipo "inmigración", "ciencia", "cambio climático" que funcionen como un compartimento de conocimiento estable, tal como ocurre en otras plataformas.</p> <p>En todo caso, el formato verificador que más explicaciones proporciona sería el del artículo, frente al de verificación de hechos, como puede verse en el punto dos: seis verificaciones frente a tres artículos. La estadística histórica sobre los dos formatos, sin embargo, resulta más equilibrada que la localizada durante el periodo de estudio: 525 artículos frente a 481 verificaciones.</p> <p>Cabe recordar que los artículos se prefieren a las verificaciones cuando no se puede llegar a una conclusión verificadora clara.</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Las verificaciones y artículos localizados se refieren a dos grandes áreas de interés: el sistema de protección social noruego, en especial el espacio referido a la infancia (4 verificaciones de las 13 observadas), y diversas informaciones sobre la guerra de Ucrania, dada proximidad geográfica de Rusia (6 verificaciones de las 13 observadas).</p> <p>Al margen de estas tendencias recientes, la web ofrece <u>un apartado de estadísticas</u> sobre las instituciones y personas que han sido sometidas a más de una verificación con sus respectivos resultados.</p> <p>Promovida por un grupo de medios nacionales y con una web realizada exclusivamente en noruego, se puede deducir que el ámbito de influencia de Factkiskt es el mercado interno.</p>

<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Se ofrece una ventana de participación general al final de cada página (junto a otra destinada a las donaciones) Consiste en un formulario para ponerse en contacto con la entidad.</p> <p>No se han localizado otros canales de participación directa. Tienen página en Facebook y en Twitter, como se ha dicho, aunque no se han encontrado otras formas de contactar con la entidad. Tampoco ningún teléfono para ofrecer información dudosa, como suele ser habitual en otras plataformas.</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Cuando se cometen errores, las correcciones se publican y aclaran abiertamente. De hecho, un alto porcentaje de las verificaciones y artículos presentan una fecha de actualización, además de la de publicación, aunque no haya constancia clara de cuándo alguien ha presentado alguna reclamación. Cualquier reclamación o queja se deben realizar a través del formulario de contacto general.</p> <p>También ser puede presentar una queja ante el Comité Profesional de Prensa noruego para su trámite y evaluación e incluso frente a la red internacional de verificación de datos IFCN.</p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación.</p>	<p>A través de la web se ofrecen <u> cursos y conferencias </u> sobre</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Verificación de informaciones y fuentes, ● Investigación en texto e imágenes. ● Curso de metodología de búsqueda avanzada y búsqueda en bases de datos y archivos abiertos, así como búsqueda avanzada de imágenes y búsqueda de fuentes en imágenes.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo no engañarse a sí mismo y a los demás con gráficos y estadísticas • ¿Cómo se propaga la desinformación y las noticias falsas? <p>En general, los cursos son de pago. Existe además un programa sobre identificación de fuentes pensando para las escuelas y los docentes llamado <u>Tenk</u> que recibe una financiación pública anual de cinco millones de coronas.</p>
16. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	<p>Se supone que lo hacen. En este caso especialmente porque la plataforma se crea en el seno de un grupo de empresas informativas privadas. Pero en las verificaciones consultadas no se especifica el medio en el que aparece la información verificada, aunque sí en ocasiones el medio del que parte la necesidad o solicita la verificación de un asunto. Solo en los bulos se alude a la fuente, si es un periódico o un medio noruego habitual.</p> <p>La información dudosa en los artículos se trata como si ya fuera conocida por el público porque no corresponde tanto a un bulo como a un conjunto de creencias que se van instalando en la sociedad.</p>

2.6. Portugal: Fact Check del Observador/Observador

Fact Check del Observador es una plataforma de verificación de un medio de comunicación portugués, creada el año 2018.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí. Des del 2022.
2. Regularidad de	Sí. Publican verificaciones cada día.

publicación	También hay una sección de podcasts con verificaciones. <i>ATENCIÓN: una última revisión [noviembre 2022] revela que no hay artículos nuevos desde finales de octubre de 2022.</i>
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No. No se indica la metodología que se utiliza para verificar.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí. Utilizan un sistema de colores para determinar si la noticia es errada (falsa), engañoso (engañoso) o verdades (certo).
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	No. No hay información sobre cómo se financia el medio ni la sección de verificación.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No. Hay información genérica sobre la composición de la redacción del medio, pero no se especifica qué periodistas se ocupan de la verificación. Esta información se puede deducir analizando cada pieza publicada.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No. No hay información alguna al respecto.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	No. No hay información alguna al respecto.

10. Continuidad y presencia en redes sociales	No existen redes específicas del proyecto. Las piezas verificadas se viralizan a través de las redes del medio.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Hay un apartado específico 'Explicadores' donde se publican artículos propios del formato explicativo.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. Los temas verificados van desde política, cultura, deportes, sociedad, etc. Amplia variedad temática.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí. Pero las opciones de participación son muy limitadas: cada artículo incluye el mail del redactor para que el lector pueda ponerse en contacto y también hay la opción de hacer comentarios.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No. Existe solamente esta incorporación del correo electrónico del redactor donde se indica que se escriba si se detecta algún error.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No. No hay información alguna al respecto.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No.

2.7. Reino Unido: BBC Reality Check

BBC Reality Check es un servicio de noticias de la BBC, establecido en Reino Unido, que examina los hechos y afirmaciones que hay detrás de una noticia para tratar de determinar si es cierta o no.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN.	No.

¿Des de cuándo? (especificar año)	
2. Regularidad de publicación	No hay regularidad, 3-4 piezas semanales.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No hay explicación sobre metodología.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No hay explicación sobre categorías. Hay una categoría que se llama Reality Check.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No hace referencia.
6. Especificar las fuentes de financiación	La financiación no está detallada. Está dentro del grupo BBC, entidad pública británica.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	No hay información.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No hay información.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	No hay información.

10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí en Instagram, Twitter.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí, en la mayoría de los casos.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí, amplia variedad, la misma que las categorías de las noticias de BBC.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No se ha encontrado.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No se ha encontrado.
15. Capacidad de verificar al propio medio con equipos de verificación 'blindados' que puedan verificar los contenidos del propio medio	No se ha encontrado.

3. Otras fórmulas

3.1. Argentina: Chequeado

Es una organización sin ánimo de lucro dedicada específicamente a fact-checking y el fact-checker de referencia en Argentina y nacida en octubre de 2010. Como señalan en su web, es el principal proyecto de la Fundación La Voz Pública, "Un medio digital no partidario y sin fines de lucro que se dedica a la verificación del discurso público, la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y la apertura de datos".

Tenemos un programa de Medios; uno de Innovación, con foco en la automatización del proceso de producción y en experimentar con nuevos formatos para alcanzar diversas audiencias e involucrarlas; Fue el creador del primer bot chequeador en el mundo.

Características (comunes y	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha
----------------------------	--

específicas) a observar/analizar	contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí. 2017.
2. Regularidad de publicación	Tres o cuatro publicaciones diarias.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	<p>Sí. MÉTODO DE VERIFICACIÓN DEL DEBATE PÚBLICO</p> <p>Ocho pasos para un buen chequeo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Seleccionar una frase del ámbito público. 2) Ponderar su relevancia. 3) Consultar a la fuente original. 4) Consultar a la fuente oficial. 5) Consultar a fuentes alternativas. 6) Ubicar en contexto. 7) Confirmar, relativizar o desmentir la afirmación. 8) Calificar. <p>La calificación de los chequeos responde a nueve definiciones publicadas (inchequeable, verdadero, verdadero, pero..., discutible, apresurado, exagerado, engañoso, insostenible y falso). Hay casos en los que más de una calificación podría aplicarse.</p> <p>Ciertas afirmaciones o temas considerados relevantes, pero no sujetos a la aplicación de las calificaciones mencionadas, son analizadas en la sección "El Explicador", donde se presentan contenidos para mejorar el nivel de conocimiento y comprensión de los acontecimientos públicos y profundizar su debate.</p> <p>Tienen una política de imparcialidad y equidad y otra relativa a la transparencia</p>

	<p>de fuentes. A este respecto, explicita que "selecciona afirmaciones de políticos, economistas, empresarios, sindicalistas, periodistas y personas públicas, medios de comunicación, u otras instituciones formadoras de opinión, entre otros, sin discriminar por su orientación partidaria o ideológica". Igualmente, indica que "no forma parte del objeto de Chequeado la verificación de afirmaciones de tipo religioso, personales, del ámbito estrictamente deportivo, del espectáculo o cuestiones, como denuncias de corrupción, que se tramitan en sede judicial y aún no concluyeron".</p>
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No.</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>Sí, las detalla en tipologías de ingresos y cantidades en periodos determinadas: donantes individuales, apoyos de empresas, actividades propias (como espacios en otros medios, organización de talleres y eventos sobre verificación del discurso público) y cooperación internacional.</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>Pablo M. Fernández Director Ejecutivo y Periodístico Docente de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y profesor de la maestría en Innovación en Medios Digitales en la Universidad Torcuato Di Tella. Fue editor en lanacion.com (política, economía, actualidad general, tecnología y entretenimiento más la coordinación de revistas digitales), apertura.com e infotechnology.com.</p> <p>Laura Zommer Directora General A cargo del fortalecimiento institucional de largo plazo de la organización para</p>

	<p>consolidar los órganos de gobierno y liderar proyectos estratégicos, como Factchequeado. Es ICFJ Knight Fellow 2022 y creadora de LatamChequea, la mayor red regional de organizaciones de fact checking del mundo. Integra el Consejo de Administración de Sembramedia y La Silla Vacía de Colombia y forma parte del Consejo Asesor de la International Fact Checking Network (IFCN), de Género y Número en Brasil y de la Escuela de Derecho de la Universidad Di Tella.</p> <p>Olivia Sohr Directora de Impacto y Nuevas Iniciativas</p> <p>Matías Di Santi Jefe de Medios</p> <p>Otros puestos importantes dentro de esta estructura son: jefe de Innovación, responsable Audiovisual, coordinador de Diseño, Social Media Manager, responsable de Datos, jefa de Educación, coordinadores de proyectos especiales de Educación, educadoras y analistas, jefa de investigación. Junto con todo ello, cuenta con editores, subeditores y redactores, además de programadores, desarrolladores y un responsable de comunicación, prensa, contabilidad y recursos humanos.</p> <p>+ 149 fact checkers en 53 países en el mundo</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>Sí.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la</p>	<p>Sí. Presta asistencia y lleva su método de verificación a más de 20 medios y organizaciones de 14 países de la región. Algunos son: ColombiaCheck y Detector de mentiras de La Silla Vacía en</p>

remuneración que obtiene por ellas

Colombia; Lupa, Aos Fatos, Truco de Agencia Pública (ahora inactivo) en Brasil, El Sabueso Verificador de Animal Político en México, Chile Check de CNN, Espacio Público e IES, y Ojo Biónico de Ojo Público en Perú, entre otros.



10. Continuidad y presencia en redes sociales

Sí. Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp.

11. Inclusión de formatos explicativos

Sí.

12. Variedad temática de las verificaciones

Sí

13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales

Sí.

14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas

Sí. Tiene un apartado específico que explica su política de actualización y correcciones, en el que alienta a que "la comunidad participe activamente en la producción colectiva de conocimiento y en el contenido del sitio proponiendo chequeos, aportando datos y experiencias y advirtiendo sobre posibles errores en las verificaciones".
 #Correcciones
 "Valoramos mucho la opinión de nuestra comunidad de lectores y siempre estamos a favor del debate plural y del intercambio de datos e ideas. En esta

	línea, es importante para nosotros generar un espacio de respeto y cuidado, por lo que por favor tener en cuenta que no publicaremos comentarios con: insultos, agresiones o mensajes de odio; desinformaciones que pudieran resultar peligrosas para otros; información personal; promoción o venta de productos”.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Tiene un módulo de Educación, y otro de Educación, que busca desarrollar la capacidad crítica de los jóvenes y capacitar a periodistas en el uso de datos y evidencia. Además, una de sus secciones, llamada El Explicador, tiene como objetivo ayudar a entender las claves de temas que hayan sido verificados previamente.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sí.

3.2. Brasil: Agencia Lupa, Aos fatos, Boatos.org, E-farsas

Agencia Lupa fue fundada en 2015. Inició su trayectoria como una agencia de noticias especializada en verificación de hechos, pero en cinco años de funcionamiento amplió sus actividades para enseñar técnicas de verificación y concienciar sobre la desinformación y sus riesgos.

Actualmente, Lupa actúa en dos frentes: Lupa Jornalismo, con informes, controles, verificaciones y contenidos especiales, y Lupa Educação, con talleres, capacitaciones, repositorio de investigaciones sobre desinformación y acciones de educación en medios en escuelas, universidades, instituciones y empresas.

En ese sentido, Lupa mantiene alianzas en proyectos especiales para la producción de contenidos periodísticos y también en educación en medios, con el objetivo de ampliar la discusión y el conocimiento sobre las consecuencias de la desinformación en la sociedad y para la democracia.

Lupa sigue las noticias sobre política, economía, ciudad, cultura, educación, salud y relaciones internacionales, buscando corregir información inexacta y difundir datos correctos.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí. 2017.

<p>2. Regularidad de publicación</p>	<p>3500 posts en cinco años = 700/año = 2 al día. En cinco años de trabajo, Lupa publicó más de 3500 publicaciones, incluidos cheques, informes y artículos. Durante este período, se analizó el grado de veracidad de casi 10 mil artículos, entre discursos de actores públicos relevantes e información que circula en las redes sociales.</p>
<p>3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones</p>	<p>Sí.</p>
<p>4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones</p>	<p>Sí.</p>
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No.</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>Se puede consultar aquí: https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-funciona-nosso-modelo-de-negocios Lupa desarrolla proyectos especiales de producción de contenidos según posibilidades de financiación promovidas por distintas entidades, fundaciones, institutos, plataformas, etc. En esta modalidad, ya ha establecido alianzas con Google News Initiative, International Fact-checking Network, Henrich Böll Foundation, Facebook Journalism Project, Membership Puzzle Project, entre otros. Entre 2015 y 2018, Lupa contó con el apoyo financiero de la Editora Alvinegra, empresa fundada por el documentalista João Moreira Salles para publicar la revista Piauí. A cambio de esta transferencia económica mensual, Lupa</p>

se ha comprometido a publicar todos sus cheques en su propia web (alojada en el portal de la revista) y, así, irrigar el entorno digital de la publicación. Por decisión de su dirección, Lupa mantendrá su sitio web dentro de este entorno. Sin embargo, es esencial resaltar que no existe una relación editorial entre Lupa y la revista Piauí.

De acuerdo a la última actualización publicada en su página web que data del 21 de marzo de 2021, la financiación es así:

En su primer año de existencia (2016), Lupa contó con un presupuesto de R\$ 1 millón, más la inversión inicial realizada por la Editora Alvinegra y los contratos de suministro de contenidos en el modelo de agencia de noticias. Gradualmente, los montos fueron aumentando con otras fuentes de ingresos, hasta que, en 2019, el 40% del presupuesto anual de Lupa fue equivalente a acciones de educación en medios lideradas por LupaEducação.

En 2020, con la pandemia del nuevo coronavirus, los ingresos totales de Lupa alcanzaron R\$ 2,3 millones, gran parte de los cuales corresponde a avisos públicos y fondos para los que Lupa desarrolló proyectos específicos y recibió financiamiento ocasional.

Vea el presupuesto total de Lupa año por año:

2016: BRL 1 millón

2017: BRL 1,4 millones

2018: BRL 1,8 millones

2019: BRL 1,9 millones

2020: BRL 2,3 millones

Todos los montos recibidos por Lupa en los últimos cinco años se aplicaron a las principales actividades de la empresa y sus necesidades, como la contratación de profesionales (el equipo llegó a cerca de 30 empleados durante la elección de 2020), el mantenimiento de la oficina de Lupa en el sur de Río de Janeiro y la

	<p>actividades previstas en proyectos especiales liderados por Lupa.</p> <p>Lupa está registrada en la Cámara de Comercio del Estado de Río de Janeiro como una empresa privada, bajo el modelo de sociedad anónima (S.A). Está comandada por tres directores, cada uno responsable de una de las áreas fundamentales para la empresa: Contenidos, Educación y Negocios. Además, cuenta con tres directorios – Editorial, Ético y Comercial–, cada uno integrado por hasta cuatro profesionales con experiencia relevante en sus áreas, quienes ayudan estratégicamente en la conducción de la empresa.</p>
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. En la web constan 24 profesionales divididos entre "Liderança" "Journalismo" "Educacao" "Audiencia e Engajamiento" y "Operacoes".
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No consta en la web pero están auditados cada año por la IFCN.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí. Lupa desarrolla proyectos especiales de producción de contenidos según posibilidades de financiación promovidas por distintas entidades, fundaciones, institutos, plataformas, etc. En esta modalidad, ya ha establecido alianzas con Google News Initiative, International Fact-checking Network, Henrich Böll Foundation, Facebook Journalism Project, Membership Puzzle Project, entre otros.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí.
12. Variedad temática de las	Sí.

verificaciones	
<p>13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales</p>	<p>Sí. Se puede consultar aquí: https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-posso-contribuir</p> <p>Las sugerencias se pueden hacer por correo electrónico, a lupa@lupa.news, y también llenando un breve formulario, el formulario #LupaAqui. Es posible enviar sugerencias y contenidos para verificación también por WhatsApp da Lupa, al número +55 21 99193-3751. Los lectores también pueden solicitar la verificación de las publicaciones que circulan en Facebook e Instagram, reportando este contenido directamente a las plataformas. Para ello, deben acceder al menú haciendo clic en los tres puntos (puntos suspensivos) que aparecen en la esquina superior derecha de cada publicación y reportándola como "noticia falsa". Estas denuncias están dirigidas a Lupa en el marco del Proyecto de Verificación de Hechos de Terceros, un proyecto de verificación de noticias lanzado por Facebook en Brasil en mayo de 2018 y en el que Lupa es socia.</p>
<p>14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas</p>	<p>Lupa entiende que el periodismo está sujeto a errores y considera la corrección un componente fundamental de sus principios de ética y transparencia. Desde 2015, año de su fundación, Lupa hace públicas sus políticas de corrección y busca corregir los errores de la forma más clara, ágil y justa posible.</p> <p>El 5 de agosto de 2021 se actualizaron las políticas. Muchas cosas han cambiado desde la primera versión, y por eso, Lupa ha ampliado el alcance de estas políticas e incluido nuevos casos específicos.</p> <p>El principio, sin embargo, sigue siendo el mismo: si publicas algo mal, Lupa lo corrige y señala el error. Nada es más importante para Lupa que la precisión de la información publicada en su sitio web, en sus perfiles de redes sociales o en</p>

sitios web de socios y clientes. Y depende de usted, el lector, verificar este trabajo.

Encontré un error en un chequeo. ¿Qué hago?

Lupa recomienda dos caminos. La más sencilla es desplazar la historia hasta el final y hacer clic en el enlace "¿Erramos? Informar a nuestra redacción". Luego, simplemente ingresar nombre, correo electrónico y la información a disputar.

Es importante indicar qué declaración, exactamente, es incorrecta y por qué. Si conoce fuentes que prueben el error de Lupa, se incluye en el mensaje. Cuanta más información mejor.

La segunda opción es enviar un correo electrónico a lupa@lupa.news. En este caso, también es importante que se informe en qué texto se encuentra el error.

¿Y qué hace la Lupa?

Siempre que Lupa encuentre un error en un chequeo o informe, se corregirá el texto. Se hará una bandera en la parte superior del contenido, informándole que ha habido una corrección. Al final de la revisión o informe se incluirá una nota explicativa de cuál fue el error y, en su caso, cuál era la etiqueta anterior, así como la hora en que se realizó la corrección.

El texto original se mantendrá íntegro, en color gris, después de esta nota. Este es un compromiso asumido por Lupa, y un punto crucial del código de principios de la Red Internacional de Fact-Checking (IFCN), del cual Magnifier es una parte.

Si es necesaria una actualización, pero la información publicada inicialmente no es incorrecta, también se publicará una nota al final de la verificación o informe, informando la hora y la modificación. Esto se aplica en los casos en que las personas o instituciones cuyos discursos han sido revisados hablan después de la publicación.

	<p>Si hay un error ortográfico o gramatical, no habrá ninguna nota informando del error, excepto en ocasiones en que el significado de la declaración pueda interpretarse de otra manera.</p> <p>Lupa también se reserva el derecho de publicar una dúplica o una nota editorial cuando lo considere necesario ante una corrección.</p> <p>¿Y si el error está en las redes sociales?</p> <p>Lupa se reserva el derecho de eliminar contenido incorrecto de sus redes sociales, pero no sin antes reemplazar la información incorrecta con la correcta, independientemente del medio. Se trata de una medida adoptada a partir de 2020, con la intención de evitar que las tarjetas o vídeos con la marca de la empresa se utilicen para difundir desinformación en el entorno digital.</p> <p>Si el error de contenido está solo en el texto y no en la tarjeta, las mismas políticas adoptadas en el sitio web se adoptarán en las redes sociales que permiten la edición de texto. En Twitter se realizará una nueva publicación.</p> <p>Al igual que en el sitio web, siempre que esto suceda, se informará del error en la misma red social donde se produjo. Esta política no se aplica a errores ortográficos o gramaticales, excepto en ocasiones en las que el significado de la declaración podría interpretarse de otra manera.</p> <p>Si se encuentra algún error en las redes sociales de Lupa, se puede reportar a lupa@lupa.news, indicándolo claramente. También se puede avisar a Lupa por mensaje directo en la propia plataforma.</p>
<p>15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación</p>	<p>Sí. En 2017, Lupa fundó su brazo educativo, a través del cual promueve talleres y capacitaciones sobre fact-checking y desinformación. En cerca de cuatro años de trabajo, LupaEducação capacitó a más de 7 mil personas en Brasil, Portugal, España y países africanos, en capacitación en línea y</p>

	presencial. Estados Unidos).
16. Premios y reconocimientos	

Aos Fatos es una plataforma de fact-checking fundada en 2015.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Desde cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2017.
2. Regularidad de publicación	Sí
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las	Sí

verificaciones	
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	Aunque dicen que colaboran con diferentes empresas del sector tecnológico, que son una de sus fuentes de financiación, no indica la cantidad que recibe de ellas (de hecho, no aporta ningún dato numérico en cuanto a su financiación).
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí
13. Posibilidad de	Sí

participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No aparecen en su web programas de este tipo. Sí que apuestan mucho por innovación tecnológica (tienen un lab y varios proyectos con IA), pero nada que ver con campañas de concienciación.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No, únicamente analiza contenidos que han aparecido en redes sociales.

Boatos.org es una plataforma de fact-checking brasileña fundada en 2013.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Sí, semanal.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las	Sí.

verificaciones	
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	No. No tiene un apartado donde hablen de esto, aunque se sobreentiende que en una de sus fuentes es la publicidad ya que tienen una sección para que te conviertas en anunciante. Incluso con tarifas.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	En la web dicen que sus "socios" son los medios Metrópoles y Jorn, pero no indican si les pagan ni qué cantidad.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de	Sí

múltiples canales	
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No.

E-farsas es una plataforma brasileña de fact-checking, creada por un informático, que es la única persona que trabaja en ella. E-farsas se fundó en 2002.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	Sí.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	Sí.

5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	No. En la web dicen que sus "socios" son las empresas Hiperlistas y Caminho Web. También dice que cuenta con la financiación del medio Portal R7, pero no dice qué cantidad le da cada uno de ellos (aunque reconoce que la facturación es inferior a 10.000 R\$ al año).
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí.

14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No.

3.3. Chile: Mala Espina Check

La plataforma chilena Mala Espina Check es una plataforma independiente fundada en 2020 por el periodista Tomás Martínez (no especifica que sea sin ánimo de lucro). Su objetivo es "ser un aporte a la ciudadanía chilena para luchar contra la desinformación, que aumentó desde el inicio de la crisis (estallido social en Chile)".

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2021.
2. Regularidad de publicación	Sí.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar	Sí.

las verificaciones	
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No. El sitio web de la plataforma analizada no hace referencia a herramientas open access o de creación propia que empleen para verificar materiales textuales y audiovisuales.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí proporciona información sobre los profesionales que trabajan en el proyecto, pero no tanto sobre la estructura organizativa.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí, perteneciente a la alianza LATAM Chequea.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Sí.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de	Sí proporciona un espacio donde se especifica la política de corrección de errores, pero No donde se recopilen los

corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	errores y las correcciones realizadas.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No consta su capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Sería deseable que estas plataformas independientes de fact-checking pudiesen analizar también la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación. En este caso se centran en redes sociales y discurso público.

3.4. Estados Unidos: Factchequeado

Factchequeado es un proyecto impulsado por Maldita y Chequeado, mayoritariamente establecido en Estados Unidos, aunque también operando en España y Argentina. Fue creado en el año 2022 con el objetivo de luchar contra la desinformación en este país.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	En proceso como organización compatible. Y, aunque en la web no figura como tal, aunque las organizaciones impulsoras sí.
2. Regularidad de publicación	Sí. El número de verificaciones, aunque depende del día, es bastante elevado
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí. Cuentan con una metodología específica que parece descrita en la web de la plataforma: La selección del contenido a verificar se basa en dos variables: "la viralidad" en redes y la "peligrosidad" de la información atendiendo a situaciones delicadas como catástrofes naturales, atentados, etc.
4. Registra las categorías	Sí: Falso, necesita contexto, verdadero,

empleadas para clasificar las verificaciones	no hay pruebas.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	Sí, según se especifica en la web: "selecciona artículos, audios, imágenes y videos de las redes sociales que monitorea, como Facebook, Twitter, Instagram y Tik Tok; y de mensajería privada a través de las consultas enviadas a Factchequeado por la comunidad".
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí. Estas son mixtas: usuarios y ayudas de diferentes organizaciones. El proyecto se inició con la ayuda de Google News Initiative y ABIM Foundation.
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí. En la sección "quienes somos" se especifica esta información sobre los principales socios: Maldita y Chequeado y en "Equipo" figuran todos los profesionales que trabajan en la iniciativa.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí. Hay una sección concreta sobre alianzas: Conecta Arizona, Conexión Migrante, DeFacto, Documented, elDetector, El Nuevo Día, Enlace Latino NC, FactCheck.org, KUNR, La Esquina, MediaWise, News Literacy Project, y Politifact.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	No figuran más que las mencionadas en la sección anterior.
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí. Twitter, Facebook, Instagram.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí. Existe una sección específica con este tipo de formatos: "Te explicamos".
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí. El abanico de temas que se tratan es bastante amplio en relación con temas de actualidad.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de	Sí, sobre todo a través de redes sociales.

múltiples canales	
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	Sí, se explica en la sección "política de corrección". El usuario puede enviar cualquier comentario a través de email (las direcciones figuran en esta sección). Las rectificaciones se realizan en el propio contenido y se señala explícitamente en qué han consistido.
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	Sí. Hay toda una sección sobre estas cuestiones. Ahí figura un programa de capacitación y herramientas educativas para los ciudadanos.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No se dice explícitamente, aunque algunas verificaciones sí pueden referirse a desmentidos de afirmaciones en medios.

3.5. Irán: Fact-Nameh ("The Book of Facts")

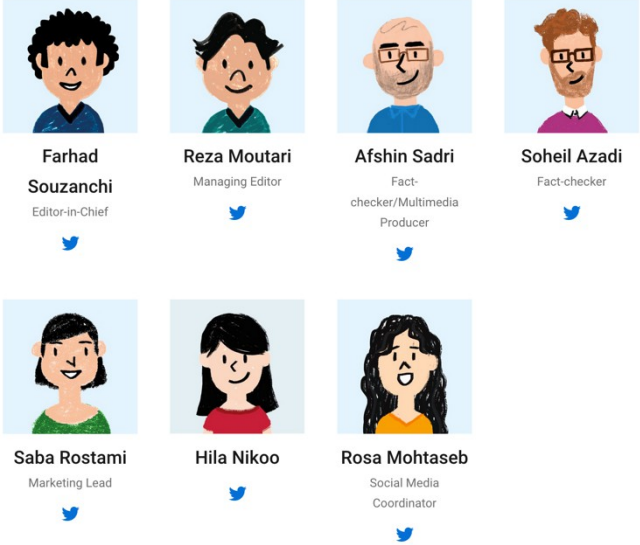
Fact-Nameh es una plataforma que fue lanzada en 2017 y con un equipo independiente y no partidista de comprobación de hechos. Factnameh ofrece contenido multimedia oportuno para ayudar a los iraníes a tomar decisiones informadas y hacer que los funcionarios rindan cuentas. En el apartado "About us" de su página web, aclaran que les preocupa el ritmo al que se propagan las campañas de desinformación en Internet, alimentando el odio y moldeando la opinión pública en Irán, por lo que trabajan para contrarrestar su daño comprobando la información errónea y exponiendo las campañas de desinformación. Según se indica también en la página web, en Irán, la fuerte censura, la limitada libertad de expresión y la falta de transparencia del gobierno exacerban el peligro de la desinformación. Más allá del ámbito de las redes sociales, las campañas de desinformación coordinadas, respaldadas por poderosas figuras públicas y medios de comunicación estatales, suponen una gran amenaza para las sociedades de Irán y del mundo.

Aprovechando las herramientas tecnológicas y una plataforma altamente interactiva, Factnameh vigila de cerca las noticias y los contenidos persas de tendencia con la ayuda de un público en el país y en la diáspora. También se indica que, desde 2020, Factnameh ha ampliado su actividad

aumentando la producción multimedia de vídeos de comprobación de hechos, podcasts y documentales de larga duración. La transición a un proyecto totalmente multimedia aumenta el acceso de los iraníes a medios de comunicación no censurados y diversificados, a la vez que incorpora contenidos de verificación de hechos en plataformas que son cada vez más populares entre un amplio espectro de iraníes.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Desde cuándo? (especificar año)	No, pero en proceso como plataforma compatible.
2. Regularidad de publicación	<p>En el blog de la edición de la plataforma en inglés apenas hay 2 entradas, una del 16 de junio de 2021 y la otra del 9 de junio de 2022.</p> <p>En la versión en persa sí se detecta cierta regularidad en la publicación.</p> <p>En la página web se indica que, con un equipo a distancia con sede fuera de Irán, Factnameh produce más de 200 comprobaciones de hechos cada año y sigue incorporando tecnología robusta y métodos de difusión para involucrar a los iraníes a pesar de la censura y de los cierres de Internet. Bajo un principio no partidista, apoyan a las sociedades civiles y promueven la responsabilidad del gobierno para un futuro mejor.</p>
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	<p>Se detalla en el apartado "<u>Our methodology</u>"_donde se puede leer, por ejemplo, que descartan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Opiniones personales (afirmaciones que no pueden ser verificadas objetivamente) 2. Comentarios generales, cumplidos o exageraciones evidentes 3. Pequeños errores ortotipográficos
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las	En la metodología se especifican las 6 categorías que emplean para clasificar sus verificaciones:

<p>verificaciones</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>True</p> <p>The statement or statistics are true. It is backed by available data and does not omit important details.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Almost true</p> <p>The statement or statistics are true, but more explanation or information is needed. In some cases, important details may have been left out.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Misleading</p> <p>The statements or statistics are not inaccurate, but are expressed in a misleading way as to obscure an important fact or distort the truth.</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>No data</p> <p>The statements or statistics cannot be confirmed or disproved by available data.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>False</p> <p>The statement or statistics are incorrect or at least one valid document refutes it.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Outrageous</p> <p>The statement or the statistics are so inaccurate and ridiculous that it's shocking.</p> </div> </div>
<p>5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales</p>	<p>No constan en la página web.</p>
<p>6. Especificar las fuentes de financiación</p>	<p>En la versión en inglés de la página web no se especifican.</p>
<p>7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto</p>	<p>La estructura organizativa se incluye en la página web. Como se puede ver en la captura, en noviembre de 2022 el equipo está integrado por un total de 7 personas:</p>

	<p>Our Team</p>  <p>Farhad Souzanchi Editor-in-Chief</p> <p>Reza Moutari Managing Editor</p> <p>Afshin Sadri Fact-checker/Multimedia Producer</p> <p>Soheil Azadi Fact-checker</p> <p>Saba Rostami Marketing Lead</p> <p>Hila Nikoo</p> <p>Rosa Mohtaseb Social Media Coordinator</p>
<p>8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i></p>	<p>En la página web de la plataforma en inglés, no consta ninguna publicación en este sentido.</p>
<p>9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas</p>	<p>En la página web no consta este tipo de colaboraciones. Sí se incluyen enlaces a medios que han publicado alguna de las verificaciones que se han realizado desde esta plataforma.</p>
<p>10. Continuidad y presencia en redes sociales</p>	<p>Esta plataforma iraní cuenta con redes sociales en <u>Facebook</u>; <u>Twitter</u> (en la fecha de consulta, 16 de noviembre de 2022, había publicado 5,252 tuits y contaba con más de 49.700 seguidores); <u>Instagram</u> (en la fecha de consulta, 18 de noviembre de 2022, había publicado 1.472 posts y contaba con más de 68.600 seguidores); y <u>Telegram</u> (en la fecha de consulta, 18 de noviembre de 2022, contaba con 31.065 suscriptores).</p>
<p>11. Inclusión de formatos explicativos</p>	<p>Los posts en Twitter suelen hacer uso de material multimedia sobre todo en forma de pequeños vídeos.</p>
<p>12. Variedad temática de las verificaciones</p>	<p>Sí, aunque la política ocupa un lugar prioritario en sus verificaciones.</p>

13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Se solicita la participación de los ciudadanos para reportar errores en las verificaciones.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	<p>Sí, se especifican en el apartado "<u>Correction</u>":</p> <p>Correction</p> <p>There is no doubt that we make mistakes too. If you notice an error in our reporting, please reach out to us via social media channels (Telegram, Twitter, Instagram, or Facebook) or our website so we can investigate it. Factnamah will take immediate action to correct any errors identified. If the correction constitutes a major change in the content or more significantly, the rating of a fact-check, we will include a correction section in the article and communicate the mistake immediately online. Minor errors such as spelling or grammatical errors will simply be corrected without an announcement.</p> <p>En todo caso, en la página web en inglés no se recopilan los errores y las correcciones que se han realizado hasta la fecha.</p>
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	En la página web no consta como una actividad específica de esta plataforma.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	En la página web no consta. Sí se incluye enlaces a la presencia en los medios de verificaciones llevadas a cabo desde Factnameh.

3.6. Portugal: Polígrafo

Polígrafo es un proyecto periodístico cuyo principal objetivo es averiguar la verdad en el ámbito público mediante el escrutinio activo de los distintos protagonistas que operan en el ecosistema de la comunicación.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	Sí, desde 2019.

2. Regularidad de publicación	Trata de ser regular.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	Sí
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	<p>Verdadero: Cuando la afirmación analizada es completamente cierta.</p> <p>Verdadero, pero...: Cuando la afirmación analizada es estructuralmente cierta, pero le falta encuadre y contextualización para que sea percibida en su totalidad.</p> <p>Inexacta: Cuando la información contiene elementos que distorsionan la realidad, aunque sea ligeramente.</p> <p>Descontextualizada: Cuando la información se saca de su contexto real para darle un significado sin soporte fáctico.</p> <p>Manipulada: cuando la información -especialmente en formato de imagen- se manipula, por ejemplo con herramientas de edición de imágenes, para distorsionarla.</p> <p>Falsa: Cuando la afirmación es manifiestamente falsa.</p> <p>Pimienta en la lengua: Es el nivel más alto de falsedad. Esta clasificación sólo se concede cuando la información evaluada es escandalosamente falsa o se trata de una sátira, publicada en un espacio satírico.</p>
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i> o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	No hace referencia
6. Especificar las fuentes	La financiación está detallada, con última

de financiación	actualización de mayo de 2019. https://poligrafo.sapo.pt/o-nosso-financiamento/artigos/onossofinanciamento
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí, detallada y con perfiles de los profesionales. https://poligrafo.sapo.pt/institucional/artigos/ficha-tecnica .
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	No especifica alianzas. Colaboran con el programa Meta for Media de Facebook.
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	La empresa dueña de la plataforma es Inevitavel e Fundamenta, esta explicado de manera transparente. El capital de esta empresa es un 40% del holding Emerald Group de Dubai, y un 60% de la empresa portuguesa Episodio Inedito, cuyo dueño al 100% es Fernando Esteves. https://poligrafo.sapo.pt/o-nosso-financiamento/artigos/onossofinanciamento .
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, en Facebook, Instagram, Twitter.
11. Inclusión de formatos explicativos	Sí, en la mayoría de los casos.
12. Variedad temática de las verificaciones	Sí, amplia variedad
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	Sí.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	No se ha encontrado.

15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No se ha encontrado.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	No se especifica.

3.7. República Checa: Nelez

Nelez es una plataforma de verificación establecida en República Checa y su objetivo es limitar la difusión de información errónea en el espacio en línea, advirtiendo anunciantes que sus comunicaciones pueden aparecer en un contexto negativo y poner así en peligro la reputación de la propia marca. Nelez pide a los anunciantes que no utilicen su publicidad para financiar sitios web de desinformación y manipulación cuyo contenido divide a la sociedad.

Características (comunes y específicas) a observar/analizar	¿Es útil (o podría ser útil) en la lucha contra la desinformación? Sí/no. En caso afirmativo, indicar qué características debe tener para ser útil.
1. Forma parte de la IFCN. ¿Des de cuándo? (especificar año)	No.
2. Regularidad de publicación	No explicita su regularidad.
3. Explicación clara y transparente de la metodología de trabajo empleada para realizar las verificaciones	No. Ofrecen un listado de páginas web que publican desinformación, citan las razones en las que se basan para ello pero no hay información sobre el proceso de verificación.
4. Registra las categorías empleadas para clasificar las verificaciones	No explicita las categorías.
5. Hace referencia a herramientas <i>open access</i>	Explican que se valen de Semantic Visions para proporcionar un análisis

o de creación propia que emplean para verificar materiales textuales y audiovisuales	semántico avanzado de grandes datos gracias al sistema especial de inteligencia militar OSINT.
6. Especificar las fuentes de financiación	Sí, aseguran que son profesionales de otros medios y trabajan de forma desinteresada para la plataforma, pero solicitan el apoyo del público para hacer frente al proyecto (su web indica que cuentan con 206 socios colaboradores): https://www.nelez.cz/#chci-podporit
7. Proporcionar información sobre la estructura organizativa y sobre los y las profesionales que trabajan en el proyecto	Sí, información detallada y con perfiles de los miembros del proyecto.
8. Especificar si la plataforma analizada tiene contacto o ha establecido alguna alianza con otras iniciativas de <i>fact-checking</i>	Sí, aseguran que son miembros parte de la plataforma internacional contra la información y socios de The Global Disinformation Index: https://www.nelez.cz/#mezinarodni-zapojeni
9. Especificar las colaboraciones con otros medios, instituciones o empresas (si las hubiere) y, en su caso, la remuneración que obtiene por ellas	Ofrecen un listado de anunciantes y empresas colaboradoras: https://www.nelez.cz/#chci-podporit
10. Continuidad y presencia en redes sociales	Sí, en Facebook, LinkedIn y Twitter.
11. Inclusión de formatos explicativos	No.
12. Variedad temática de las verificaciones	Apenas se ofrece información de verificaciones de casos concretos. Se citan algunos ejemplos de piezas desinformativas pero sin dar cuenta del proceso de verificación.
13. Posibilidad de participación por parte de los usuarios a través de múltiples canales	No.
14. Proporcionar un espacio donde se especifique la política de	No.

corrección de errores y donde se recopilen los errores y las correcciones realizadas	
15. Capacidad de impulsar programas o iniciativas de alfabetización mediática para ayudar a la ciudadanía a luchar contra la desinformación	No.
16. Analiza la tarea llevada a cabo por los medios de comunicación	Apenas se ofrece información de verificaciones de casos concretos.

4. Tabla-resumen de las entrevistas realizadas a editores y periodistas de plataformas de verificación de información en el contexto internacional

En el marco del proyecto FACCTMEDIA se han realizado entrevistas a plataformas de verificación de información internacionales de 13 países diferentes: Chile, Dinamarca, Italia, Portugal, México, Bolivia, Reino Unido, Estados Unidos, Nigeria, Irlanda y Brasil.

Esta actividad forma parte del Paquete de trabajo 5 (PT5), que culmina con la fase B del proyecto, y pretende evaluar la percepción del valor y la efectividad de los instrumentos de fast-checking en el ámbito internacional. Concretamente, las tablas-resumen que siguen a continuación hacen referencia a las entrevistas en profundidad que se han realizado a editores/fundadores y periodistas de las plataformas de chequeo de información del ámbito internacional.

Las personas entrevistadas se han seleccionado teniendo en cuenta los siguientes aspectos: a) la muestra debe incluir editores y periodistas de plataformas y b) la muestra debe incluir profesionales que trabajan en verificación en medios de comunicación, organizaciones independientes o instituciones académicas.

Las entrevistas tratan cuestiones relacionadas con las plataformas, en relación a sus orígenes, personal y estructura de los proyectos; la agenda, el volumen y la frecuencia de las verificaciones; los procedimientos, rutinas y recursos de verificación de datos; la difusión de fast-checks, atendiendo a las políticas de correcciones, rectificación, actualización; el rol del público en las actividades y publicaciones de las plataformas; y las

opiniones de los editores sobre los desafíos y el impacto de las plataformas de verificación de datos.

Plataforma	Mala Espina
País	Chile
Persona entrevistada	Tomás Martínez
Fecha de realización (de la entrevista)	16 de enero de 2023
Entrevistador/a	Txema Egaña

Plataforma	TjekDet / DR Detektor
País	Dinamarca
Persona entrevistada	Thomas Hedin
Fecha de realización (de la entrevista)	26 de octubre de 2022
Entrevistador/a	Marian Chaparro

Plataforma	Découdeurs
País	Italia
Persona entrevistada	Jonathan Pariente
Fecha de realización (de la entrevista)	29 de noviembre de 2022
Entrevistador/a	Ruth Rodríguez

Plataforma	Poligrafo
País	Portugal
Persona entrevistada	Gustavo Sampaio
Fecha de realización (de la entrevista)	25 de enero de 2023
Entrevistador/a	Marta Pérez Pereiro

Plataforma	El Sabueso
País	México
Persona entrevistada	Arturo Daen
Fecha de realización (de la entrevista)	2 de noviembre de 2022
Entrevistador/a	Pilar Suárez

Plataforma	Bolivia Verifica
País	Bolivia
Personas entrevistadas	Patricia Cusicanqui; Jesús Ramiro Vargas Villena; Adriana Olivera Rodríguez
Fecha de realización (de la entrevista)	2 de marzo de 2023
Entrevistador/a	Jose Luis Rojas

Plataforma	BBC Reality Check Editor
País	Reino Unido
Persona entrevistada	Rupert Carey
Fecha de realización (de la entrevista)	7 de enero de 2022
Entrevistador/a	Christopher Tulloch

Plataforma	Politifact
País	Estados Unidos
Persona entrevistada	Katie Sanders
Fecha de realización (de la entrevista)	24 de enero de 2023
Entrevistador/a	Victoria Moreno

Plataforma	África Check
------------	--------------

País	Nigeria
Persona entrevistada	Peter Cunliffe-Jones
Fecha de realización (de la entrevista)	16 de febrero de 2023
Entrevistador/a	María Luengo

Plataforma	TheJournal.ie
País	Irlanda
Persona entrevistada	Shane Raymond
Fecha de realización (de la entrevista)	29 de marzo de 2023
Entrevistador/a	Xavier Ramon

Plataforma	Pagella Politica
País	Italia
Persona entrevistada	Tomasso Canetta
Fecha de realización (de la entrevista)	
Entrevistador/a	

Plataforma	Agencia Lupa
País	Brasil
Persona entrevistada	Natália Leal
Fecha de realización (de la entrevista)	
Entrevistador/a	

Plataforma	Chequeado
País	Argentina

Persona entrevistada	Laura Zommer
Fecha de realización (de la entrevista)	28 de junio de 2019
Entrevistador/a	Ruth Rodriguez, Xavier Ramon, Victoria Moreno

Plataforma	UYCheck
País	Uruguay
Persona entrevistada	Eliana Álvarez
Fecha de realización (de la entrevista)	15 de julio de 2019
Entrevistador/a	Ruth Rodriguez, Xavier Ramon, Victoria Moreno

Plataforma	Fact Checking
País	Chile
Persona entrevistada	Enrique Núñez
Fecha de realización (de la entrevista)	12 de julio de 2019
Entrevistador/a	Ruth Rodriguez, Xavier Ramon, Victoria Moreno

Plataforma	Ecuador Chequea
País	Ecuador
Persona entrevistada	Gabriel Narváez
Fecha de realización (de la entrevista)	10 de julio de 2019
Entrevistador/a	Ruth Rodriguez, Xavier Ramon, Victoria Moreno

Plataforma	ColombiaCheck
País	Colombia

Persona entrevistada	Pablo Medina
Fecha de realización (de la entrevista)	5 de julio de 2019
Entrevistador/a	Ruth Rodriguez, Xavier Ramon, Victoria Moreno

Plataforma	Les Surligneurs
País	Francia
Persona entrevistada	Vincent Couronne
Fecha de realización (de la entrevista)	
Entrevistador/a	

Plataforma	Fact Check Observador/Observador
País	Portugal
Persona entrevistada	Pedro Rainho
Fecha de realización (de la entrevista)	
Entrevistador/a	

Etnografías: entrevistas en profundidad realizadas en el marco de las etnografías

Plataforma	FactCheck.org
País	Estados Unidos
Personas entrevistadas	Eugene Kiely (director de Factcheck.org) Catalina Jaramillo (staff writer) Jessica McDonald (science editor) Saranac Hale Spencer (staff writer) Kate Yandell (staff writer) Alan Jaffe (assignment editor) D'Angelo Gore (staff writer) Rob Farley (deputy managing editor)
Fecha de realización (de	16 y 17 de mayo de 2023.

las entrevistas)	
Entrevistador/a	Xavier Ramon

Plataforma	Faktisk
País	Noruega
Personas entrevistadas	Morten Langfeldt Dahlback (Head of development and technology / Head of department Actual Insight) Olav Østrem (News editor) Geir Molnes (Journalist and project manager) Ina-Kristin Lindin (Fact checker) Kristoffer Egeberg (Chief editor) Oda Marie Skancke (Assistant professor) Tina Scheen Kiese (Assistant professor)
Fecha de realización (de las entrevistas)	15 y 16 de junio de 2023.
Entrevistador/a	Saman Choudary

Plataforma	RMIT FactLab
País	Australia
Personas entrevistadas	Sushi Das (Associate Director) Renee Davidson (Researcher) Eiddwen Jeffery (Researcher) Frank Algra-Maschio (Researcher) Lulu Graham (Researcher)
Fecha de realización (de las entrevistas)	Entre el 1 de julio y el 31 de agosto de 2023.
Entrevistador/a	Ruth Rodriguez