



MODELOS ORGANIZACIONALES EN LOS MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

Análisis comparado de The Fact Checker y Maldita.es

Organizational models in the fact-checking media.
Comparative analysis of The Fact Checker and Maldita.es

LUCÍA ANDALUZ ANTÓN ¹, ANGEL FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ ², JAVIER PÉREZ SÁNCHEZ ³

¹ Universidad Europea de Madrid, España

² The Core Entertainment Science School (UNIE), España

³ Universidad Europea de Madrid, España

KEYWORDS

Misinformation
Fake News
Verification
Fact-checking
Maldita.es
The Fact Checker
Media literacy

ABSTRACT

This paper analyzes the organizational models most commonly used in media dedicated to fact-checking, taking as a reference the classification made by Graves and Cherubini (2016). It distinguishes between the so-called Newsroom model and the NGO model, which respectively correspond to projects included in the functional structure of another media and to projects, often non-profit, that develop their activity independently. For this purpose, a comparative analysis is made of The Fact Checker and Maldita.es, two consolidated projects that exemplify the most relevant characteristics of each of these models.

PALABRAS CLAVE

Desinformación
Bulos
Verificación
Fact-checking
Maldita.es
The Fact Checker
Alfabetización mediática

RESUMEN

En este trabajo se analizan los modelos organizacionales más empleados en los medios dedicados a la verificación informativa, tomando como referencia la clasificación realizada por Graves y Cherubini (2016). En ella se distingue entre los denominados Newsroom model y NGO model, que corresponden respectivamente a proyectos incluidos en la estructura funcional de otro medio de comunicación y a proyectos, frecuentemente sin ánimo de lucro, que desarrollan su actividad de manera independiente. Para ello, se realiza un análisis comparado de The Fact Checker y Maldita.es, dos proyectos consolidados que ejemplifican las características más relevantes de cada uno de estos modelos.

Recibido: 11/ 04 / 2022

Aceptado: 20/ 06 / 2022

1. Introducción

La evolución de las tecnologías informativas y de la comunicación a lo largo de los últimos años han tenido como consecuencia la aparición de nuevas formas de interactividad que nos sitúan ante una nueva etapa postmediática. Esta se caracteriza por ofrecer un alto grado de fragmentación y personalización de los contenidos informativos, así como por mostrar una clara tendencia a disipar cualquier forma de mediación en los procesos comunicativos (Campos, 2008). Una de las consecuencias derivadas de estas transformaciones es la aparición de numerosos proyectos periodísticos centrados en la verificación de información. Por lo general, se trata de iniciativas que tienen como misión comprobar la exactitud y la veracidad de los contenidos informativos, asegurar el cumplimiento de las normas éticas propias de periodismo y combatir la desinformación. Al margen de su dimensión meramente informativa, para estos proyectos, la verificación del discurso público adquiere un carácter eminentemente social, contribuyendo al fortalecimiento de la democracia, aumentando la rendición pública de cuentas e incentivando la participación ciudadana (Zommer, 2014).

El clima de desconfianza generado alrededor del discurso de los actores públicos, favorecido por la saturación informativa y por el desarrollo de distintas formas de populismo, ha propiciado la necesidad de una nueva actitud de vigilancia respecto de la veracidad de la información. Esta comenzó a ponerse de manifiesto con la aparición de las primeras iniciativas de verificación en medios norteamericanos y hoy en día, se ha ido extendiendo a lo largo de casi todo el mundo (Zommer, 2015). A medida que han ido desarrollándose nuevas herramientas tecnológicas, las técnicas de verificación han ido evolucionando y, actualmente, la verificación digital de información plantea la comprobación de contenidos periodísticos a gran escala, partiendo generalmente de fuentes de información abiertas y empleando técnicas de análisis de la información propias del periodismo, la ciencia de datos y la documentación (Guallar, 2012).

Partiendo de este enfoque, en este trabajo se estudian las características más relevantes de las iniciativas de verificación basadas en los modelos *Newsroom* y *NGO*, tomando como referencia el análisis de *The Fact Checker* en *The Washington Post* y *Maldita.es*, respectivamente. Con este objetivo, se examinan las principales características de ambos medios, evidenciando cuáles son las principales similitudes y diferencias que existen entre los modelos que plantean.

2. Marco referencial

La verificación informativa ha sido una constante en la labor periodística, que ha ido evolucionando desde los antecedentes del periodismo hasta la actualidad. Tradicionalmente, esta tarea era asumida de manera autónoma por cada periodista antes de publicar una información, convirtiéndose en una parte esencial de su proceso de trabajo. A principios del siglo XX aparece por primera vez la figura del verificador en las redacciones de los principales periódicos de la época como en *The New Yorker* o en el diario alemán *Der Spiegel* –que contaba con hasta 70 *checkers*– cuya función principal era la de comprobar la información como correctores antes de publicarla. Estos primeros verificadores analizaban y contrastaban la información, detectando errores, actuando como filtro previo a la publicación y colaborando con los editores en la preservación de la calidad de los contenidos publicados (Kovach y Rosenstiel, 2012).

Asimismo, la revista *Time* contó desde su nacimiento con un equipo de verificadores o *checkers*, que tenían la misión de comprobar la exactitud de los datos publicados, acudiendo para ello a bibliotecas públicas y a otras fuentes de documentación. Con el transcurso del tiempo, las funciones de estos verificadores –generalmente mujeres que apoyaban la labor de los periodistas–, se fueron ampliando, ocupándose también de recopilar los datos necesarios para avalar la veracidad de las informaciones publicadas. Estas profesionales, que pronto pasaron a ser conocidas como *researches*, fueron asumiendo un papel cada vez más importante en la revista, llegando a resultar esenciales para un medio como *Time* que no aspiraba a competir con la inmediatez de la prensa diaria, ni de la información radiofónica, sino a ofrecer un análisis en profundidad de la información que había sido previamente recogida por otros medios (Sanmartí, 2004).

Durante este período, los servicios de documentación de los medios de comunicación experimentaron un notable crecimiento, aumentando su protagonismo en las redacciones. Es en este momento, Desmond (1933) escribió *Newspaper Reference Methods*, uno de los primeros manuales de documentación periodística, donde se fijan las directrices acerca de cómo evitar errores, comprobando la exactitud de los hechos, y la verificación de nombres, identificadores y otros tipos de datos antes de hacer pública la información.

Sin embargo, la verificación de contenidos y declaraciones públicas no comenzará a aplicarse de manera sistemática hasta finales de la década de los noventa del siglo XX, evolucionando progresivamente hasta que, en la primera década del siglo XXI, surge el concepto de verificación digital. Es en este momento cuando surgen las primeras herramientas de *fact-checking*, generalmente vinculadas a iniciativas dirigidas a la revisión de declaraciones políticas: “El fact-checking político, se produce después de, sobre afirmaciones ya realizadas, y se orienta a las declaraciones de figuras o instituciones públicas” (Redondo, 2018, p. 31). El objetivo de estas nuevas plataformas de verificación es difundir análisis completos y sistemáticos que desmientan las informaciones incorrectas o manipuladas.

Los *fact-checkers* son un filtro ineludible para conseguir que todos esos trabajos acaben depurados en las manos de los lectores. Detrás de cada investigación hay mucho tiempo de estudio y rastreo, conversaciones con contactos y testigos de los acontecimientos, e insistentes peticiones a los poderosos —o a quienes conocen a los poderosos— para que hablen [...] (Fole, 2012, <https://cutt.ly/1UGMpuP>)

Las primeras iniciativas de verificación de información nacieron como blogs o como secciones vinculadas a diarios y revistas que respondían a las características de los medios de comunicación tradicionales. Sin embargo, paralelamente también aparecieron iniciativas independientes y dotadas de un carácter marcadamente social. Algunos de estos proyectos decisivos para la expansión de las metodologías de verificación son:

- *Snopes* (1994). Considerado como uno de los proyectos más antiguos dedicados a la verificación, se trata de una publicación independiente cuya labor comenzó investigando leyendas urbanas, engaños y rumores sobre cultura popular.
- *Spinsanity* (2001). Es un proyecto independiente, actualmente cerrado, que fue fundado por tres estudiantes recién graduados que se dedicaban a analizar los sesgos y la estrategia política que utilizaban en su discurso los funcionarios públicos.
- *Factcheck.org* (2003). Proyecto sin ánimo de lucro, perteneciente a la Annenberg Public Policy Center de la Universidad de Pennsylvania.
- *Regret the error* (2004). Aunque nació como un sitio web independiente, actualmente pertenece al Poynter Institute. En este sentido, su trayectoria es similar a la de *Politifact* (2007), que en su origen dependía del diario estadounidense *Tampa Bay Times*, pasando en 2018 a ser propiedad directa de The Poynter Institute.

En España, las primeras verificaciones nacen de la mano de *Malaprensa* (2004), un blog independiente dirigido por el profesor Josu Mezo, en el que se analizan malas prácticas periodísticas. Se trata de un proyecto que tiene algunas similitudes con *Regret the Error*, aunque a diferencia de este, en él se recogen errores que aún no han sido reconocidos por los medios de comunicación que los han cometido. Poco tiempo después, aparecería *Miniver.org* (2006), un sitio web independiente, fundado por Alfredo Espósito, dedicado a la verificación de información. En los últimos años, también han surgido iniciativas como *AFP Factual España* (2019), *Efe Verifica* (2019), *La Chistera* en *El Confidencial* (2016), *Verificat* (2019) y *Polétika* (2020).

Graves y Cherubini (2016) agrupan las iniciativas de verificación digital en torno a dos modelos. El primero de ellos, denominado *Newsroom model*, incluye proyectos que nacen en el seno de medios de comunicación tradicionales en forma de secciones temporales o subcategorías. Este modelo es especialmente frecuente en EE. UU. y Europa noroccidental. El segundo modelo, llamado *NGO model*, plantea la verificación de información como un servicio a la ciudadanía. Se trata por lo general de iniciativas de carácter independiente, frecuentemente sin ánimo de lucro, y que desarrollan su actividad gracias al aporte económico de fundaciones y entidades que buscan impulsar el desarrollo de las instituciones democráticas. Estas iniciativas tienen una presencia especialmente notable en Europa y en Latinoamérica.

En este trabajo se analizan de manera comparada dos medios consolidados que reflejan las características de cada uno de estos modelos. En primer lugar, se estudia el *Newsroom model*, a través de *The Fact Checker*; y, a continuación, se analiza el *NGO model* a través de *Maldita.es*, un medio independiente y sin ánimo de lucro. Ambos proyectos, referentes en el campo de la verificación de información, comparten el objetivo común de combatir la desinformación, aunque presentan características diferentes.

3. Metodología

El objetivo principal de este trabajo es analizar las principales similitudes y diferencias entre los dos modelos organizacionales más comúnmente empleados en los medios dedicados a la verificación de información – *Newsroom* y *NGO*–, como son en este caso *The Fact Checker* en *El Washington Post* y *Maldita.es*.

Para ello, se ha utilizado una metodología de tipo descriptiva, con un enfoque documental, revisando fuentes disponibles en red, con contenido muy actualizado y publicaciones en revistas especializadas con contenido muy relevante. También ha sido preciso contextualizar el momento informativo en el que nos encontramos, comenzando con el análisis de las primeras plataformas digitales, que no eran necesariamente medios consolidados de información, pero que fueron precursores en las metodologías de verificación y/o *fact-checking* –sobre todo en el entorno político– con gran rigor periodístico.

En primer lugar, se realizó un análisis de las plataformas pioneras en esta metodología, con y sin ánimo de lucro, que tuvieron lugar en EE. UU., Europa y Latinoamérica, deteniéndonos expresamente en España, para destacar cuáles fueron los primeros proyectos en torno a esta disciplina. Esto nos permitió también analizar cuál ha sido la evolución en el resto de los países, y cómo y de qué manera se encuentra esta metodología en un entorno colaborativo de profesionales que responde a los desafíos que el nuevo entorno digital nos está demandando. Una revisión bibliográfica sobre la literatura existente y relacionada con el objeto de estudio, así como una aproximación metodológica de estudio de caso, cuya selección de casos es fundamental en la investigación ya que deben ser representativos y relevantes como muestra, ya que una gran selección de casos hace inviable una necesaria profundización. La estrategia seleccionada de estudio de caso es la denominada *Negro sobre Negro*:

Selección de dos casos tan similares entre sí como sea posible (most similar cases, method of difference): el objetivo es seleccionar un par (o un pequeño conjunto) de casos que se puedan considerar como «casos iguales», excepto en una variable que el investigador considere clave y en la variable dependiente (Santana Leitner, 2013; p. 137).

La diferencia entre los dos proyectos analizados, reside en este caso su modelo organizacional. Esta variable independiente que tiene una especial relevancia dado que afecta al resto de variables análogas que poseen ambos modelos, sirviendo a su vez como elemento comparativo para el resto de los *fact-checkers* existentes.

La selección de los dos modelos, *Newsroom* y *NGO*, representados respectivamente por *The Fact Checker* en *The Washington Post* y *Maldita.es*, se ha realizado bajo los criterios de tipología de empresa, trayectoria, reconocimiento profesional, prestigio, repercusión de sus verificaciones, y volumen de trabajo realizado. Esta concreción de casos de estudio permite generar una comparativa representativa entre los dos modelos de negocio que se investigan.

Una vez delimitados los casos se ha elaborado una ficha de análisis de cada uno de los elementos que forman estos proyectos, y que permiten tener una visión global y comparativa de ambos modelos de negocios, tomando como referencia el creado por Ufarte-Ruiz, Anzera y Murcia-Verdú (2020).

Tabla 1. Parámetros de análisis

Elementos analizados	
Descripción	Nombre, año de creación, origen de la iniciativa y evolución.
Misión	Principales objetivos.
Proceso de verificación	Técnicas de verificación empleadas y modelo de representación de las verificaciones.
Financiación	Fuentes de ingresos y modelo de negocio

Fuente: Elaboración propia.

Para completar este estudio, también ha sido clave la revisión de entrevistas y declaraciones en prensa de los profesionales del área, así como de los *manuales de buenas prácticas* dentro del periodismo. De esta manera, con todos los procesos metodológicos realizados, se obtiene la necesaria profundidad en la investigación en estas nuevas fórmulas periodísticas, con la perspectiva necesaria para obtener unos resultados contrastados y extrapolables a los dos modelos de negocio existentes actualmente en el periodismo de verificación.

4. Análisis de resultado

4.1. *The Fact Checker*

4.1.1. Descripción

The Fact Checker fue publicado por primera vez el 19 de septiembre de 2007, en la antesala de la campaña electoral de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2008. Tanto su versión digital, como la columna incluida en la edición impresa del dominical de *The Washington Post* nacieron con el propósito de actuar como „escuadrón de la verdad“, verificando las declaraciones de responsables políticos acerca de temas de relevancia pública. Sus análisis abordaban información de carácter nacional, internacional y local (The Washington Post, 2017).

Tras un periodo de inactividad de más de tres años, *The Washington Post* recuperó *The Fact Checker* como sección fija el 11 de enero de 2011. Desde entonces, Glenn Kessler, un reputado periodista especializado en verificación de información, es el editor y redactor jefe de *The Fact Checker*. Kessler es miembro de la junta asesora de la *International Fact-Checking Network* (IFCN) y ha formado a periodistas de todo el mundo en metodologías y técnicas de verificación. Considerado como uno de los primeros impulsores en la verificación digital de información, inició su actividad como verificador durante la campaña a las elecciones presidenciales de 1992, cuando era corresponsal político de *Newsday*.

Paralelamente al desarrollo de *The Fact Checker*, *The Washington Post* desarrolló *Truth Teller*, una aplicación informativa destinada a revisar la veracidad de información audiovisual en tiempo real. Esta plataforma, presentada en enero de 2013, fue construida por el diario con financiación procedente de The Knight Prototype Fund¹, un fondo con el que The Knight Foundation financia proyectos de innovación periodística. El prototipo, construido en apenas tres meses, supuso un gran avance en la verificación de datos en tiempo real, ya que, a través de la combinación de distintas tecnologías, la aplicación era capaz de transcribir como texto declaraciones

1 <https://knightfoundation.org/prototype/>

realizadas en vídeo. Este texto se comparaba después con información verificada y recogida en una base de datos, y finalmente, mostraría en tiempo real si una determinada afirmación era verdadera o falsa. Realmente, la parte más compleja e importante del proyecto consistía en crear una base de datos suficientemente rica como para posibilitar la verificación a través de técnicas de procesamiento del lenguaje natural de la información.

Aunque este prototipo se consolidó y *Truth Teller beta* estuvo activo durante varios meses, finalmente el proyecto se retiró poco después debido a que el algoritmo empleado para verificar la veracidad de la información no era capaz de reconocer todas las formas en las que se podía formular una información falsa (Wilner, 2016).

4.1.2. Misión

El equipo de *The Fact Checker* no se limita a la verificación de declaraciones políticas, sino que busca proporcionar un contexto adecuado para interpretar y analizar las declaraciones públicas que tratan de esconder u ocultar la verdad. Su objetivo es la verificación de hechos, no la verificación de opiniones, aunque excepcionalmente pueden revisar argumentos de retórica política con la finalidad de poder verificar argumentaciones que no estén necesariamente basadas en hechos. En este sentido, no prestan especial interés a los posibles errores surgidos como consecuencia de la improvisación en el discurso, ya que su objetivo es identificar los intentos de desinformar de manera intencionada.

The Fact Checker se define como un medio apartidista, analizando las declaraciones falsas o inexactas realizadas tanto por representantes del Partido Demócrata, como del Partido Republicano. En cuanto a verificación se refiere, *The Washington Post* es uno de los primeros firmantes del código de principios en *The International Fact-Checking Network* (IFCN). De hecho, este diario se comprometió a promover la excelencia en la verificación de información, como resultado de las consultas entre verificadores de todo el mundo. Comprometidos con la transparencia sobre sus fuentes, comparten con sus lectores hipervínculos que permiten un acceso directo a los datos empleados en sus verificaciones, lo que favorece que los lectores puedan realizar un análisis independiente de la información y establecer sus propias conclusiones.

4.1.3. Proceso de verificación

The Fact Checker se caracteriza por abordar el proceso de verificación con un sentido abierto y marcadamente colaborativo. De hecho, alrededor del 50% de las verificaciones que realizan surgen a iniciativa de lectores que alertan al medio acerca de posibles afirmaciones falsas o inexactitudes. Para recibir estas sugerencias, *The Fact Checker* ofrece diversos canales de participación, entre los que, además de su sitio web², destacan la cuenta de Twitter del propio Kesser³, a la que es posible notificar temas susceptibles de ser verificados incluyendo la etiqueta *#FactCheckThis*, o la página de Facebook de *The Fact Checker*⁴, en la que se incluyen un teléfono de atención directa a los lectores y una dirección de correo electrónico.

La calificación del grado de falsedad de un contenido verificado se expresa a través del denominado “Pinocchio Test”, un sistema de clasificación de la veracidad de la información basada en iconos. De entre ellos, los más emblemáticos son los que representan la cabeza de Pinocho. Esta imagen fue creada para *The Fact Checker* en 2007 por el ilustrador Steve McCracken.

Dependiendo del nivel de veracidad de la información, *The Fact Checker* la clasifica del siguiente modo:

- Un pinocho: se trata de contenidos en los que existen omisiones de datos importantes, imprecisiones o exageraciones, pero que no plantean información absolutamente falsa. En general se trata de información mayormente verdadera.
- Dos pinochos: son contenidos en los que existen omisiones o exageraciones significativas. Puede ser una información falsa o engañosa.
- Tres pinochos: son contenidos que incluyen errores significativos y contradicciones importantes. Se trata de información mayormente falsa, en la que podrían incluirse declaraciones o elementos reales para aportar veracidad. Estos elementos, al estar planteados fuera de un contexto adecuado, pueden resultar engañosos.
- Cuatro pinochos: es una información completamente falsa.
- Pinocho al revés: se utiliza para representar un cambio de postura en el discurso, que no se ha reconocido previamente por el protagonista de la información.
- Pinocho sin fondo: esta calificación surgió en diciembre de 2018 y se utiliza en aquellos casos en los que ya ha habido informaciones previas falsas o erróneas que han recibido del orden de tres o cuatro pinochos hasta en veinte ocasiones anteriores. Se trata de informaciones con una clara intención de desinformar.
- Marca de verificación Geppetto: indica que el contenido verificado es completamente cierto. Se aplica a declaraciones y afirmaciones que contengan “la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad”.

2 <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>

3 [@GlennKesserWP](https://twitter.com/GlennKesserWP)

4 <https://www.facebook.com/FactChecker>

- Veredicto pendiente: se emplea para clasificar informaciones donde no es posible emitir un juicio definitivo, ya sea porque tratan contenidos demasiado complejos o porque incluyen elementos veraces pero contradictorios entre sí. En estos casos, *The Fact Checker* se compromete a seguir buscando nuevos datos que permitan una verificación definitiva de la información.

4.1.4. Financiación

Desde su aparición, *The Fact Checker* depende económicamente de *The Washington Post*. Este medio es propiedad desde 2013 de Jeff Bezos, fundador y director ejecutivo de *Amazon*, como inversor personal a través de *Nash Holdings LLC*. *The Fact Checker* es parte de la sección de noticias nacionales del diario, que se administra por separado de la sección editorial y de opinión. En 2019, *The Fact Checker* recibió una subvención de 250.000 \$ de Google News Initiative y YouTube para ampliar su producción de verificaciones de vídeo.

4.2. *Maldita.es*

4.2.1. Descripción

Maldita.es se define a sí misma como un medio de comunicación sin ánimo de lucro, independiente y apartidista, dedicado a la verificación de información a través de técnicas de *fact-checking* y periodismo de datos.

Este medio nace como evolución de *Maldita Hemeroteca*, una cuenta de Twitter⁵ que surgió en junio de 2013 y era gestionada por los periodistas Clara Jiménez y Julio Montes. En sus primeros pasos, durante algo más de un año, la cuenta permaneció inactiva, pero a partir de noviembre de 2014, comenzó a publicar de manera sistemática contenidos centrados en la verificación de declaraciones políticas. En aquel momento, Clara Jiménez trabajaba como redactora en el programa *El Objetivo*, dirigido por Ana Pastor, y Julio Montes ejercía la misma labor en *Al Rojo Vivo*, dirigido por Antonio García Ferreras. Ambos programas son emitidos por laSexta.

Desde su origen, *Maldita Hemeroteca* centró su actividad en poner de manifiesto las contradicciones y los cambios de postura que se daban en el discurso de los representantes políticos. Para ello se basaban en el análisis documental de una gran variedad de fuentes informativas, comparando declaraciones publicadas en redes sociales, afirmaciones realizadas en mítines y entrevistas, y contenidos recogidos en el archivo de Atresmedia.

Poco después de su nacimiento, numerosos medios de comunicación, periodistas, políticos y ciudadanos comenzaron a hacerse eco de las contradicciones que evidenciaba *Maldita Hemeroteca*, viralizando sus contenidos a través de redes sociales como WhatsApp, YouTube, Twitter o Facebook. Aunque en un primer momento, algunos medios de comunicación publicaron contenidos procedentes de *Maldita Hemeroteca* sin mencionar su origen, su popularidad fue creciendo poco a poco hasta convertirse en uno de los referentes de la verificación de información en España.

Tras revelarse la identidad de los periodistas creadores de la cuenta, *Maldita Hemeroteca* se convirtió en una sección permanente en el programa *El Objetivo*, comenzando a colaborar también en *Al Rojo Vivo* y en el *Diario.es* (Sociedad de Desarrollo, 2016). En este momento, el proyecto fue galardonado con el decimocuarto *Premio de Periodismo Digital José Manuel Porquet* (Radio Huesca, 2015) siendo seleccionado además como finalista del *European Press Prize 2016*, galardón con el que también fue reconocido *Maldito Bulo* un año más tarde.

En 2016, el equipo de *Maldita Hemeroteca* observó como un enorme porcentaje de los bulos e informaciones falsas que verificaban estaba relacionados con la gestión de la inmigración y de las crisis de refugiados. Como consecuencia de ello, decidieron crear, en colaboración con otros periodistas, un nuevo perfil en Twitter llamado *@Malditobulo*⁶. Este momento, coincidió con la creación de *Newtral*⁷ por parte de la periodista Ana Pastor.

Newtral es un proyecto de emprendimiento audiovisual y periodístico centrado en la verificación de información, la producción audiovisual y el desarrollo de nuevas narrativas informativas en redes sociales. El proyecto, financiado íntegramente por la propia Ana Pastor, ofreció a los dos fundadores de *Maldita Hemeroteca* la posibilidad de integrarse en su área de *fact-checking*. Sin embargo, diferencias relacionadas con el enfoque y la orientación de este medio llevaron a Clara Jiménez y a Julio Montes a declinar la invitación y a focalizar sus esfuerzos en el desarrollo de *Maldita Hemeroteca* y *Maldito Bulo*.

Tanto *Maldita Hemeroteca*, como *Maldito Bulo* nacieron con un carácter eminentemente independiente, abierto y participativo y una clara orientación de servicio a la ciudadanía (Paone, 2020). De hecho, en julio de 2018 Clara Jiménez y Julio Montes abandonaron laSexta para centrar su labor profesional en *Maldita.es*⁸, el nuevo proyecto nacido de la evolución de *Maldita Hemeroteca*.

4.2.2. Misión

Actualmente, el cometido principal de *Maldita.es* consiste en verificar y luchar contra la desinformación, a través

5 Disponible en <https://twitter.com/mhemeroteca>

6 Disponible en <https://twitter.com/malditobulo>

7 Disponible en <https://www.newtral.es/>

8 Disponible en <https://www.maldita.es>

de la imparcialidad y la credibilidad de los contenidos que ofrecen en su plataforma y en las redes sociales. Sus objetivos principales consisten en monitorizar y controlar la veracidad del discurso político, así como potenciar la transparencia en las instituciones públicas y privadas.

Para *Maldita.es* es imprescindible promover la alfabetización mediática y digital como un medio para crear una comunidad consciente que pueda defenderse de la desinformación. Para ello, además de colaborar con distintas instituciones educativas, ofrecen cursos, talleres y charlas adaptados a los distintos niveles formativos. Estos abarcan desde colaboraciones con colegios, a formaciones especializadas en medios de comunicación, instituciones públicas y privadas o universidades. En este sentido, es preciso destacar el amplio catálogo de recursos docentes que ofrecen de manera abierta, así como la “caja de herramientas” en la que se recopilan distintas aplicaciones gratuitas que permiten familiarizarse con las técnicas básicas de verificación digital.

Como muestra de su carácter independiente y de la importancia que otorgan a la transparencia y a la rendición de cuentas frente a la sociedad civil, *Maldita.es* se constituyó en 2018 como asociación, pasando dos años más tarde a convertirse en la *Fundación Maldita.es contra la desinformación: periodismo, educación, investigación y datos en nuevos formatos*. Además, desde junio de 2017, *Maldita.es* forma parte de *The International Fact Checking Network* (IFCN), siendo el único medio de comunicación español que forma parte del Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre *Noticias Falsas* y Desinformación nombrado por la Comisión Europea en 2018 (Maldita.es, 2018a).

Su línea de trabajo apuesta por la neutralidad y el apartidismo como elementos fundamentales para mantener su credibilidad y la confianza de su comunidad. Así, por ejemplo, los miembros del equipo pueden participar en manifestaciones sociales y políticas a título individual, pero no en nombre de *Maldita.es*. De hecho, si un miembro del equipo aceptara algún tipo de cargo político, la desvinculación del proyecto sería inmediata (Maldita.es, 2018a).

Este aspecto está relacionado con la búsqueda constante de la independencia, el cuestionamiento crítico del poder y la imparcialidad, aspectos esenciales en la filosofía de *Maldita.es*.

Por último, es necesario señalar que *Maldita.es* interpreta los procesos de verificación de información con un carácter eminentemente abierto y colaborativo. De hecho, consideran que la colaboración entre distintos medios de comunicación resulta indispensable para combatir la desinformación, posibilitando ampliar la capacidad del análisis informativo y permitiendo una mayor difusión de sus desmentidos y verificaciones.

4.2.3. Proceso de verificación

Como ya se ha indicado previamente, *Maldita.es* se caracteriza por su naturaleza eminentemente colaborativa y por su marcada orientación social. De hecho, por lo general, sus procesos de verificación parten de las sugerencias realizadas a través de las redes sociales por la comunidad de usuarios comprometida con el proyecto, a los que denominan “malditos”. Este es un aspecto esencial en su metodología de trabajo, ya que además de otorgarle un carácter abierto y participativo, contribuye a reforzar su eficiencia, minimizando el esfuerzo que supone la búsqueda proactiva de la desinformación que se aloja en la Red (Paone, 2020).

Actualmente, *Maldita.es* está estructurada en las siguientes secciones: *Maldita Hemeroteca*, *Maldito Bulo*, *Maldita Ciencia* y *Maldito Dato*. Además, cuenta con las subsecciones *Maldita Migración*, *Maldito Feminismo*, *Maldita Alimentación* y *Maldita Educa* en las que se analizan bulos e informaciones falsas relacionados con cada una de estas materias. Con carácter general, cada una de las secciones desarrolla el proceso de verificación específico y diferenciado.

Proceso de verificación en Maldito Bulo

En *Maldito Bulo* se realiza un proceso de verificación múltiple, basado en dos variables principales, la viralidad y la potencial peligrosidad de la información analizada. El primer aspecto resulta fundamental a la hora de priorizar el análisis de un posible bulo y de desmentirlo. De hecho, en aquellos casos en los que se trata de bulos poco viralizados, suele evitarse la publicación de verificaciones y desmentidos que pudieran contribuir a dar mayor relevancia a este tipo de contenidos. La peligrosidad afecta fundamentalmente a los bulos relacionados con situaciones de crisis (atacados terroristas, pandemias, catástrofes medioambientales, crisis humanitarias). En estos casos, la publicación trata de frenar el proceso de desinformación desde el mismo momento en el que el bulo es detectado.

El proceso de verificación múltiple se inicia cuando uno de los miembros del equipo detecta un posible bulo y analiza su veracidad. Para ello, entra en contacto con las fuentes primarias y verifica el origen de la información, contrastándola con distintas bases de datos oficiales y, en caso de ser necesario, sometiendo al contenido a los procesos de *fact-checking* que permitan identificar su origen. Este proceso de verificación es auditado por el resto de los miembros del equipo, que discuten y analizan los detalles de la verificación y completan aquellos aspectos que sean necesarios. Por último, el desmentido se somete a votación, siendo publicado únicamente en el caso de contar con cuatro votos favorables de los siete votos que emite el equipo de editores. En caso de existir un solo voto en contra el proceso de publicación se interrumpe y la verificación tiene que volver a realizarse desde su inicio.

Un aspecto esencial en la metodología de *Maldita.es* es la obligatoriedad de identificar y citar todas las fuentes consultadas durante los procesos de verificación. De hecho, en el caso de que alguna de las fuentes consultadas no permita su identificación o no quiera ser citada, el contenido verificado no será publicado y la desinformación no será desmentida (Maldita.es, 2021a).

Proceso de verificación en Maldito Dato

El proceso se centra, por lo general, en el análisis de declaraciones políticas y comienza con la selección de la información susceptible de ser analizada. Para ello, se jerarquizan los contenidos en función de su viralidad y de la posible repercusión política y social que puedan tener. A continuación, se contrasta la veracidad de los contenidos seleccionados con distintas bases de datos y se realizan búsquedas específicas tanto en buscadores generalistas, como en la *deep web* o en repositorios de información no indexada por los buscadores convencionales, como archive.org⁹. Adicionalmente, se contacta con expertos en la materia a verificar para que aporten su punto de vista acerca de la información analizada.

En todos los casos, se establece contacto con el autor de las declaraciones analizadas o con los miembros de su equipo para que puedan confirmar su punto de vista y aportar los datos necesarios. Maldito Dato establece un plazo 12 horas para que la persona que ha realizado las declaraciones o los miembros de su equipo, recopilen y ofrezcan los datos que permitan contrastar la información,

Una vez que la información ha sido comprobada, la publicación del desmentido se somete a tres niveles distintos de verificación, siendo revisada por el redactor, el coordinador de Maldito Dato y por el jefe de redacción. Por último, con el fin de precisar su nivel de exactitud, las informaciones verificadas como falsas, inexactas o extraídas de su contexto original se categorizan dependiendo de su nivel de falsedad como “Falso”, “Falso pero...” o “Verdadero pero...” (Maldita, 2021b)

Proceso de verificación en Maldita Ciencia

Con la llegada de la pandemia provocada por la Covid-19, la desinformación en el ámbito científico y sanitario se ha hecho más presente que nunca. Sin embargo, por la propia naturaleza de este tipo de contenidos, la verificación de información en este campo hace preciso el uso de metodologías de análisis diferentes de las que se aplican al comprobar la veracidad de otras formas de desinformación. De hecho, la mayor parte de los procesos de verificación que se realizan en esta sección de *Maldita.es* se basan en la consulta a científicos y expertos en el área analizada, así como en la revisión de textos especializados y de publicaciones científicas.

Como en el caso de *Maldito Dato*, los contenidos seleccionados para ser analizados se someten a tres niveles distintos de verificación, siendo revisados en primera instancia por el propio redactor y, a continuación, por el coordinador de *Maldita Ciencia* y por un editor senior. Todos ellos deben estar de acuerdo con el resultado del análisis antes de la publicación del desmentido. Además, los contenidos correspondientes a la subsección *Maldita Alimentación*, se someten al escrutinio de un consejo asesor externo, integrado por cuatro profesionales especializados en este campo. Estos profesionales, aportan su experiencia y conocimiento a la supervisión de los contenidos publicados, garantizando el rigor y la calidad de las verificaciones (Maldita, 2021c).

4.2.4. Financiación

Como ya se ha señalado, en 2018 *Maldita.es* se convirtió en asociación, transformándose en 2020 en fundación sin ánimo de lucro. Actualmente, conviven ambas figuras jurídicas, ya que algunos proyectos en curso debían continuar desarrollándose bajo el estatuto de la asociación hasta ser completados. No obstante, en el futuro próximo, la Asociación desaparecerá, permaneciendo únicamente la Fundación.

Tal como se recoge en su web, en la que se enumeran de manera detallada todos sus ingresos y gastos, las fuentes de financiación de Maldita.es son múltiples, destacando las siguientes partidas:

- Alianzas tecnológicas: supone la mayor fuente de ingresos de *Maldita.es*, representando un 39,2 % de su financiación total. En este apartado se recogen los ingresos correspondientes a los servicios de verificación que Maldita.es realiza para Facebook, WhatsApp, Twitter y Jigsaw, la incubadora tecnológica de Google con la que colaboran en el diseño de herramientas destinadas a combatir la desinformación a través de sistemas basados en inteligencia artificial.
- Filantropía, becas y premios: esta partida representa un 16,9 % de los ingresos de *Maldita.es*. En ella, se integran los ingresos procedentes de instituciones tan diversas como *The International Fact-Checking Network Policy Work*, *Reset Fund* o *Google News Initiative* entre otros. También se recogen los ingresos procedentes de premios como el *European Press Prize en Innovación* con el que fue reconocido el servicio de *chatbot* en WhatsApp que *Maldita.es* puso en marcha en julio de 2020, coincidiendo con el momento de mayor propagación de los bulos relacionados con la pandemia de la Covid-19.
- Concursos públicos y subvenciones: esta partida, que representa un 9,93 % de los ingresos de *Maldita.es*, corresponde a ayudas públicas, generalmente dirigidas a la elaboración de informes y estudios que

se desarrollan de manera independiente a la línea editorial del medio.

- Colaboraciones en medios: Esta partida corresponde a las colaboraciones, periódicas o puntuales, que los miembros de *Maldita* realizan en distintos medios de comunicación. Representa un 7,11 % de su volumen total de ingresos.
- *Maldita Educa*: en este apartado se recogen los ingresos que recibe *Maldita.es* como contrapartida a los servicios que ofrece en las áreas de la alfabetización mediática y digital y de la educación tecnológica. Representa un 7 % del total de sus ingresos.
- “Malditos”: se trata de la partida que recoge las aportaciones que hacen los socios bajo un modelo de microfinanciación o *crowdfunding*. Actualmente supone un 4,6 % de los ingresos de *Maldita.es*, aunque aspiran a que progresivamente adquiera una importancia cada vez mayor.

5. Discusión y conclusiones

Como hemos podido constatar a lo largo de este trabajo, la mayor parte de los proyectos de verificación, con independencia del modelo sobre el que se desarrollan, tienden a dar especial importancia al análisis del discurso político. Este aspecto, sin duda, puede considerarse como un reflejo de la creciente tendencia a convertir la información política en un campo abierto a la difusión de bulos y mensajes falsos, que se deriva del desarrollo de los populismos y de la aparición del concepto de posverdad.

Sin embargo, el estudio revela que no todas las iniciativas de verificación abordan también el análisis de informaciones relacionadas con la protección del medio ambiente, la salud, la economía o los temas culturales. De hecho, lo más habitual es que estas temáticas se contemplen con mayor frecuencia en proyectos de carácter independiente basados en el modelo NGO, que en aquellas iniciativas que están vinculadas a medios de comunicación tradicionales. Podemos considerar este aspecto como una característica derivada de la propia estructura de cada uno de estos modelos y de la función con la que son concebidos en su origen. De esta forma, mientras que iniciativas como *The Fact Checker* –un blog que deriva de un medio tradicional–, cuenta con verificadores afiliados al mismo medio y suele centrarse en la lucha contra la desinformación política nacional, los proyectos independientes basados en *NGO model*, suelen tener un carácter más abierto en cuanto a temáticas se refiere, y una estructura más plural, contando con perfiles verificadores entre los que se suelen encontrar activistas, entre otros.

En general, los medios de carácter independiente, que se han creado desde cero y han ido evolucionando poco a poco, han crecido gracias a que su capacidad para adaptarse a la naturaleza cambiante de la desinformación y a colaborar con diferentes instituciones públicas y privadas. Este es el caso de *Maldita.es* en España, pero también el de iniciativas como *Chequeado* en Argentina, que basan buena parte de su actividad en la colaboración con otros medios de comunicación e instituciones. Este aspecto, obviamente, está muy relacionado con el modo en el que se financian los proyectos de verificación que se acogen a cada uno de los dos modelos estudiados.

En cuanto al proceso de verificación en los proyectos basados en *Newsroom model* y en *NGO model*, hemos comprobado que, por lo general, resulta más elaborado y exhaustivo en el segundo caso. Así, en *Maldita.es* las verificaciones se someten a numerosos filtros, siendo revisadas por prácticamente todos los miembros del equipo y no publicándose hasta obtener unanimidad. Esto, lógicamente, hace más difícil que las publicaciones puedan tener líneas o enfoques partidistas. No obstante, es cierto que todos los proyectos de verificación vinculados a la IFCN deben cumplir una serie de principios como signatarios de la organización, y que, además, están sometidos anualmente a un proceso de evaluación, lo que garantiza su imparcialidad e independencia, así como su compromiso con el análisis y la lucha contra la información a nivel institucional. Asimismo, tal como se ha explicado anteriormente, en *Maldita.es* se emplean metodologías de verificación de información diferenciadas en función del tipo de contenido analizado y de la sección a la que corresponden.

Adicionalmente, se ha podido observar que en general los proyectos basados en *NGO model* suelen abogar de manera especialmente comprometida por la formación y la alfabetización mediática de los ciudadanos. Este aspecto, además de responder a la dimensión social que suele ser común en este tipo de proyectos, supone una interesante fuente de financiación que no suele ser tan importante en los proyectos que, como *The Fact Checker*, están englobados en un medio de comunicación tradicional, donde cuentan con todo tipo de recursos, pero no tendrían tanta libertad en cuanto a limitaciones editoriales y comerciales se refiere.

La inmediatez característica de los medios digitales y de las redes sociales juega un papel clave en la proliferación de bulos y otras formas de desinformación. En este contexto, la comprobación crítica de la veracidad de la información resulta especialmente necesaria, siendo imprescindible que se realice a través de metodologías exhaustivas y rigurosas. Estas, si bien implican una notable inversión de tiempo y de recursos, resultan fundamentales para preservar la calidad de la información, convirtiéndose en una de las señas de identidad del periodismo frente a otras formas de comunicación como el entretenimiento, la propaganda o el arte (Kovach *et al.*, 2012).

La misión esencial del periodismo es ofrecer información veraz. Sin embargo, actualmente, resulta cada vez es

más complicado para los usuarios distinguir entre la información, la opinión y el entretenimiento (Jiménez, 2018). Esto resulta aún más grave cuando entra en juego la desinformación, ya que la manipulación informativa ataca directamente a la salud democrática de nuestra sociedad, dificultando la convivencia pacífica de la ciudadanía y creando una enorme desconfianza hacia los medios de comunicación. En este contexto, resulta de extrema importancia que los profesionales cumplan con su función de informar a través de una correcta verificación y comprobación de hechos, evitando limitarse a repetir aquellas consignas que les imponen desde las posiciones de poder (Alandete, 2019). Esto no quiere decir que no sea necesaria la verificación digital, ya que las nuevas técnicas de *fact-checking*, que evolucionan de forma rápida, son imprescindibles para la sociedad en red, aminorando el ruido y los mensajes falsos para filtrar la verdadera información de calidad que se merece el ciudadano.

Como hemos podido constatar, en los dos modelos de negocio analizados, *The Fact Checker* y *Maldita.es*, aunque cuentan con notables diferencias, ambas realizan una labor fundamental en la Red. En el caso de *Maldita.es* destaca su labor social como fundación, con un marcado carácter independiente desde su origen, llevando a cabo todo tipo de análisis y verificaciones con amplias temáticas, evolucionando al mismo ritmo que la actualidad lo requiere, como hemos visto con el inicio y la evolución de la pandemia del Covid-19. Por el contrario, el modelo de verificación del blog de *The Fact Checker* sigue teniendo un objetivo irremplazable, pero únicamente centrado en el debate político. Es por este motivo, que podemos pensar, que el servicio que presta *Maldita.es* es el ejemplo más afín para el futuro de los verificadores en los medios, realizando esta disciplina de forma más completa.

Lo que es evidente es que los medios independientes, al contrario que los proyectos verificadores integrados en un medio tradicional deben encontrar las fórmulas adecuadas para conseguir una estabilidad financiera exitosa como en el caso analizado de *Madita.es*. Por un lado, lograr aportaciones de socios y embajadores comprometidos con la desinformación, así como de profesionales y educadores. Por otro lado, las colaboraciones en medios, TV, radio, prensa e Internet. La consecución de premios, becas y concursos de otras organizaciones, y de entidades filantrópicas, fomenta la comunicación independiente y la ayuda al ciudadano. También se obtiene financiación a través de ayudas públicas o de entidades financiadas con dinero público, y a través de proyectos educativos, charlas formativas, clases en colegios, universidades, etc. Asimismo, a raíz de la pandemia, plataformas tecnológicas como Facebook, WhatsApp, Google y YouTube han ofrecido contribuciones directas, subvenciones e incentivos para ayudar a mejorar las infraestructuras de estas iniciativas de verificación, algo clave para la estabilización y crecimiento de estos medios.

Para concluir, hay que comentar que el descrédito que supone la desinformación para los medios en los que se difunde ha llevado a algunas importantes plataformas tecnológicas a colaborar en distintos proyectos centrados en la verificación de hechos e información. Este es el caso de Facebook, WhatsApp, Google y YouTube, que, especialmente a raíz del estallido de desinformación relacionado con la evolución de la pandemia de Covid-19, han decidido colaborar con diferentes proyectos de verificación para garantizar la veracidad de la información que los usuarios publican en ellos. Este tipo de colaboraciones, por lo general llevadas a cabo con proyectos de verificación independientes basados en el modelo *NGO*, abren la puerta a un nuevo modelo de verificación de carácter híbrido, que puede resultar especialmente eficaz a la hora de combatir la desinformación.

Referencias

- Alandete, D. (2019). *Fake News: la nueva arma de destrucción masiva. Cómo se utilizan las noticias falsas y los hechos alternativos para desestabilizar la democracia*. Deusto.
- Campos, F. (2008). *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales* (No. 11; (63)). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81912006023>
- Desmond, R. W. (1933). *Newspaper reference methods*. The University of Minnesota Press.
- Fole, X. (2012, 26 de septiembre). *Los hechos son sagrados. El fact-checker y la importancia del periodismo* [revista digital]. Fronterad. <https://cutt.ly/1UGMpuP>
- Graves, L. y Cherubini, F. (2016). The rise of fact-checking sites in Europe. Reuters Institute Digital News Report. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://bit.ly/3Baf5sb>
- Guallar, J. (2012, 22 de octubre). *Comprobadores de datos o fact checkers* [blog digital]. Documedios.Wordpress.Com. <https://documedios.wordpress.com/2012/10/22/comprobadores-de-datos-o-fact-checkers/>
- Jiménez, C. (2018). *Toda la verdad sobre la desinformación. Clara Jiménez. TEDxMadrid*. [vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=2_xr58zYr6c
- Kessler, Glenn. (2017, 1 de enero). *About Fackchecker* [periódico online]. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/>
- Kovach, B., Rosenstiel, T. Y Diéguez Rodríguez, A. (trad.). (2012). *Los elementos del periodismo* (1ª). Santillana Ediciones Generales, S.L.
- Maldita.es. (2018a, 20 de enero). *Un equipo formado por miembros de Maldita.es y de laSexta gana el Editors Lab en España y pasa a la final mundial* [plataforma de verificación de información]. Maldita.es. <https://bit.ly/3Ooa2qR>
- Maldita.es. (2021a, 7 de mayo). *Metodología de Maldito Bulo* [plataforma de verificación de información online]. <https://maldita.es/metodologia-de-maldito-bulo>
- Maldita.es. (2021b, 7 de mayo). *Metodología de Maldito Dato* [plataforma de verificación de información online]. <https://maldita.es/metodologia-de-maldito-dato>
- Maldita.es. (2021c, 7 de mayo). *Metodología de Maldita Ciencia* [plataforma de verificación de información online]. <https://www.maldita.es/metodologia-de-maldita-ciencia>
- Maldita.es. (2018a, 15 de mayo). *Política de Neutralidad* [plataforma de verificación de información online]. <https://maldita.es/politica-de-neutralidad>
- Maldita.es. (2018b, 15 de mayo). *Un equipo formado por miembros de Maldita.es y de laSexta gana el Editors Lab en España y pasa a la final mundial*. [plataforma de verificación de información online]. <https://bit.ly/3PIJgLz>
- Radio Huesca. (2015, 10 de marzo). «*Maldita Hemeroteca*» premio Porquet del Congreso de Periodismo Digital [plataforma de radio]. RadioHuesca.com. <https://bit.ly/3PshXoB>
- Paone, M. [c_i_p2020]. (2020, 17 de mayo). *Conversaciones itaóolas de periodismo (en tiempos de coronavirus)* [comunicación en directo con Clara Jiménez]. Instagram. <https://www.instagram.com/tv/CAS2-Mrqsbu/?igshid=ngh8ycv73g0m>
- Redondo, M. (2018). *Verificación digital para periodistas* (1a). UOC, S.L.
- Sanmartí, J. M. (2004). Más allá de la noticia. El periodismo interpretativo. En *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Ariel, 333-359.
- Santana Leitner, A. (2013). *Fundamentos para la investigación social*. Alianza Editorial.
- Ufarte-Ruiz, M.J., Anzera, G., y Murcia-Verdú, F.J. (2020). Plataformas independientes de fact-checking en España e Italia. Características, organización y método. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 23-39. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.3>
- Wilner, T. (2016, 7 de septiembre). *Fail and move on: Lessons from automated fact-checking experiments* [plataforma de verificación de información digital]. Poynter. <https://cutt.ly/acQ2M4d>
- Zommer, L. (2014, septiembre). *El boom del fact checking en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado* [publicación en línea sobre el caso Chequeado]. Chequeando. <https://bit.ly/2K56p10>
- Zommer, L. (2015). "El boom del fact checking y la vuelta a las fuentes" (L. Crujia, Ed.). Periodismo disruptivo.