

Conocimiento y uso de los verificadores de datos: ¿una herramienta para la regeneración de la autoridad periodística en un entorno polarizado?*

Ester Almenar
David Puertas Graell
Carlos Ruiz Caballero
Jaume Suau
Pere Masip

Universitat Ramon Llull. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna
esterat1@blanquerna.url.edu
davidpg5@blanquerna.url.edu
carlesrc@blanquerna.url.edu
jaumesm@blanquerna.url.edu
peremm@blanquerna.url.edu



Fecha de presentación: junio de 2021

Fecha de aceptación: mayo de 2022

Fecha de publicación: junio de 2022

Cita recomendada: ALMENAR, E.; PUERTAS GRAELL, D.; RUIZ CABALLERO, C.; SUAU, J. y MASIP, P. (2022). «Conocimiento y uso de los verificadores de datos: ¿una herramienta para la regeneración de la autoridad periodística en un entorno polarizado?». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 66, 113-129. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3472>>

Resumen

El principio de autoridad en el periodismo se articula en torno a conceptos centrales como objetividad, verificación y distancia/neutralidad (Schudson, 1978; Kovach y Rosenstiel, 2007; Deuze, 2005). En el nuevo orden de desinformación en el que se cuestiona la autoridad del periodismo, los verificadores de datos (en inglés, *fact-checkers*) se presentan como un posible antídoto (Walter et al., 2020). Este estudio presenta resultados acerca de las percepciones de los ciudadanos sobre la autoridad periodística y el papel y el conocimiento en general sobre los verificadores. Basados en una encuesta nacional ($n = 1001$) representativa del conjunto de la población, nuestros hallazgos muestran que el 50,5% de los encuestados manifiestan desconocer qué son los verificadores de datos y el

* Está investigación está financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación en el marco del proyecto *Consumo informativo, redes sociales y pluralismo en el sistema híbrido de medios* (RTI2018-095775-B-C44).

15,2% sabe qué son pero reconocen no usarlos nunca. Solo el 4,1% los utiliza de forma habitual. Nuestros datos apuntan hacia un hallazgo relevante: en un sistema de medios altamente polarizado como el español, los verificadores de hechos difícilmente pueden combatir eficazmente la propagación de la desinformación. Su papel debe articularse en el marco de una estrategia de lucha contra la desinformación más amplia que conduzca a una recuperación de la confianza en el periodismo.

Palabras clave: verificadores; percepciones; desinformación; encuesta

Resum. *Coneixement i ús dels verificadors de fets: una eina per a la regeneració de l'autoritat periodística en un entorn polaritzat?*

El principi d'autoritat en el periodisme s'articula al voltant de conceptes centrals com objectivitat, verificació i distància/neutralitat (Schudson, 1978; Kovach i Rosenstiel, 2007; Deuze, 2005). En el nou ordre de desinformació en el qual es qüestiona l'autoritat del periodisme, la verificació de dades (en anglès, *fact-checkers*) es presenta com un possible antídoto (Walter et al., 2020). Aquest estudi presenta resultats sobre les percepcions dels ciutadans sobre l'autoritat periodística i el paper i coneixement general sobre els verificadors. Basats en una enquesta nacional ($n = 1001$) representativa del conjunt de la població, les nostres troballes mostren que el 50,5% dels enquestats manifesten desconèixer què són els verificadors de fets i el 15,2% saben què són però reconeixen no fer-los servir mai. Només el 4,1% els utilitza de manera habitual. Les nostres dades apunten cap a una troballa rellevant: en un sistema de mitjans altament polaritzat com l'espanyol, els verificadors de fets difícilment poden combatre eficaçment la propagació de la desinformació. El seu paper s'ha d'articular en el marc d'una estratègia de lluita contra la desinformació més àmplia que condueixi a una recuperació de la confiança en el periodisme.

Paraules clau: verificadors; percepcions; desinformació; enquesta

Abstract. *Awareness and use of fact-checkers: a tool to regenerate journalistic authority in a polarized environment?*

The principle of authority in journalism is structured around central concepts such as objectivity, verification and distance/neutrality (Schudson, 1978; Kovach and Rosenstiel, 2007; Deuze, 2005). In the new order of disinformation, in which the authority of journalism is questioned, fact-checking can act as a possible antidote (Walter et al., 2020). This study presents the results of citizens' perceptions of journalistic authority and their awareness of fact-checkers and the role they play. Based on focus groups (10) and a representative national survey ($n = 1001$), our findings show that 50.5% of the sample do not know what fact-checkers are. 15.2% of them know what fact-checkers are but admit to never using them. Only 4.1% use fact-checkers regularly. Results also reveal a relevant finding: in a highly polarized media system such as Spain's, fact-checkers can only with difficulty combat the spread of misinformation effectively. Their role must therefore be articulated within a broader strategic framework for fighting disinformation, in order to recover trust in journalism.

Keywords: fact-checking; perceptions; misinformation; survey

1. El declive de la prensa

Fundamentado sobre el principio de autoridad, el periodismo ha tenido la capacidad de determinar qué es noticia y qué no lo es, qué pensar sobre un tema en particular y cómo pensarlo (Carlson, 2017; Thomas y Blanks Hindman, 2015). La autoridad periodística se basa en un acto de confianza mutua (Schlesinger, 2006) mediante el cual se otorga a los periodistas la capacidad de explicar temas públicos y acontecimientos actuales de una manera precisa y significativa (Zelizer, 1992). Esta autoridad se articula en torno a conceptos centrales como objetividad, verificación y distancia / neutralidad (Schudson, 1978; Kovach y Rosenstiel, 2007; Deuze, 2005). El nuevo orden de desinformación (Bennett y Livingston, 2018) está desafiando las bases sobre las que se ha construido la autoridad periodística. La desinformación y las noticias falsas se difunden al mismo tiempo que aumenta la desconfianza hacia los actores de los medios tradicionales en muchos países (Newman et al., 2020).

La autoridad periodística se ha visto debilitada en el siglo XXI por factores tecnológicos, económicos y políticos (Vos y Thomas, 2018; Tong, 2018). La irrupción de las redes sociales es un ejemplo de cómo la innovación y la difusión de la tecnología, que durante mucho tiempo estuvieron bajo el monopolio periodístico, han posibilitado un modelo emergente que potencia la participación pública en la elaboración de noticias (Lewis, 2012). Desde el punto de vista económico, se ha producido una caída continuada de los ingresos publicitarios, una pérdida de puestos de trabajo y un aumento de la precariedad laboral de los periodistas (Ekdale et al., 2015). En busca de la rentabilidad económica, se han realizado despidos masivos (McChesney y Pickard, 2011) que han vaciado las redacciones y han puesto en peligro la verificación, disciplina esencial del periodismo (Kovach y Rosenstiel, 2007). Las redacciones en línea dirigieron sus recursos a «adaptar las historias a la web y cambiarlas rápidamente, no en verificar los hechos» (Singer, 2003: 152). El abandono de la verificación es el resultado de impulsos comerciales, recursos menguantes y demandas de iteración de contenidos más rápida (Nyhan y Reifler, 2015). Como afirma Amazeen (2019), a medida que los imperativos del periodismo han ido abandonando el interés público y se han desplazado hacia los intereses comerciales, han florecido las prácticas periodísticas problemáticas. Políticamente, el periodismo se ha utilizado como arma arrojada para acusar o desprestigiar al adversario político, con lo que se ha caído en un sesgo partidista que ha socavado la posición del periodismo como árbitro de lo que es correcto y verdadero (Jamieson y Cappella, 2008).

Una de las consecuencias del declive del periodismo es un sentimiento de desempoderamiento por parte del público, lo que sugiere una creciente desconfianza institucional en todo el mundo (Gans, 2003). El declive de la autoridad periodística se produce en un contexto preocupante de desinformación, es decir, justo cuando el ciudadano más necesita al periodismo. Teniendo en cuenta los resultados del *Digital News Report* (Newman et al., 2018), son muchos los ciudadanos de diferentes países que reconocen estar expuestos a la

desinformación, cuya propagación está fuertemente relacionada con las redes sociales (Tandoc et al., 2020; Fedeli y Matsa, 2018), el consumo de noticias por esta vía (Wagner y Boczkowski, 2019), especialmente en temas políticos y de actualidad, en detrimento de los medios de comunicación tradicionales (Gottfried y Barthel, 2018), y la rapidez con la que estas ayudan a difundir las noticias falsas (Vosoughi et al., 2018). Este contexto ha empeorado con la crisis de la COVID-19, de la mano de la denominada *infodemia*, un término acuñado por la OMS para referirse a una sobreabundancia informativa sin restricciones temáticas, veraz y rigurosa o falsa y confusa, que dificulta a la gente encontrar fuentes de confianza (WHO, 2020). Y la sobrecarga informativa favorece el intercambio de información no verificada (Laato et al., 2020). En España, durante las semanas del confinamiento domiciliario más estricto, el 80,3% de los ciudadanos reconocían haber recibido información falsa sobre la COVID-19 (Masip et al., 2020a). Como ya advirtió Postman (1993), el aumento de la cantidad de información disponible lleva al límite los mecanismos de control sobre esa información.

A medida que los medios de comunicación son cuestionados y examinados, una multitud de organizaciones independientes ha adoptado la verificación de datos como una forma de escrutar a los actores políticos, los medios de comunicación alternativos y las organizaciones de noticias (Cheruiyot y Ferrer-Conill, 2018). En este escenario en el que se cuestiona la autoridad del periodismo, la verificación de datos se presenta como un posible antídoto (Walter et al., 2019). Si bien los desafíos resaltados anteriormente pueden verse como un síntoma de una erosión precipitada de la autoridad periodística, también pueden considerarse una oportunidad para que los periodistas renueven su autoridad reagrupando ciertas normas como la verificación de hechos (Tong, 2018).

2. La era de los verificadores

La verificación de datos parte de la necesidad de realizar un contraste continuo, y es entendida como

[...] una operación que aplica técnicas del periodismo de datos para desmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación. Se trata de un filtro que garantiza que los textos periodísticos están contrastados a partir de fuentes fiables, documentos oficiales y resultados de investigaciones solventes. (Ufarte et al., 2018: 734).

Así, surgen diferentes sistemas de verificación con el objetivo de diferenciar entre lo que es o no noticia (Greenberg, 2017), encargándose de arbitrar la democracia y desvincular las afirmaciones falsas, políticas o de cualquier otro ámbito fuera del discurso público (Amazeen, 2013).

Sin embargo, esta práctica no es exactamente novedosa. Graves (2016) detecta que la primera organización dedicada a la verificación, especialmente

en lo referente a declaraciones de políticos, fue *Snopes.com*, en 1994, aunque sería *Spinsanity*, en 2001, la primera no partidista. En 2003 llegaría *FactCheck*, y cuatro años más tarde aparecieron *PolitiFact* y *The Fact Checker*. Otros autores (Graves y Cherubini, 2016; Vázquez-Herrero et al., 2019) destacan que la verdadera tendencia en cuanto a la fundación de este tipo de iniciativas se da en la última década. Según *Duke Reporters Lab*, el número de verificadores de datos registrados ha pasado de los 44 en 2014 a los 290 en 2020 (Stencel y Luther, 2020).

Algunos ejemplos actuales y que han propiciado la conexión entre diferentes países y medios de comunicación son el *International Fact-Checking Network* (IFCN) o *LatamChequea* (en Latinoamérica). En el actual ecosistema mediático en red, «fact-checkers have forged alliances amongst themselves to strengthen their activity» (Palomo y Sedano, 2021: 240). A ello se suma la colaboración en determinados casos con medios de comunicación de renombre, a fin de alcanzar a una audiencia superior (Singer, 2020; Dafonte-Gómez et al., 2019). Hay quien diferencia entre dos modelos (Graves y Cherubini, 2016), el más similar a una redacción de un medio de comunicación y el cercano a una ONG.

Concretamente en España, López Pan y Rodríguez Rodríguez (2020) investigaron el crecimiento y la importancia de la verificación de datos. En su estudio destacan a *Malaprensa* como el blog de verificación pionero, creado en 2004. Tras él llegaron las primeras plataformas cívicas, como *Miniver.org*, una web que se convirtió en una plataforma de verificación en 2017. Otros casos destacados son *Stop Rumores*, promovido por la Fundación Andalucía Acoge y la plataforma *Salud sin Bulos* (López Pan y Rodríguez Rodríguez, 2020: 1054).

En cuanto a la verificación en medios periodísticos, López Pan y Rodríguez Rodríguez (2020) mencionan los siguientes casos: *EFEVerifica*, anunciada por la agencia de noticias EFE en 2019; el blog *La Chistera*, de *El Confidencial*, a finales de 2015; *El Cazabulos*, de *eldiario.es*; *El mentidero*, de *Ctxt*; el proyecto financiado por la Unión Europea *Europa FactChecking*, de *La Vanguardia*, o las diferentes herramientas aplicadas a procesos de campañas electorales o a procesos judiciales, como ocurre con los periódicos *El País* o *Ara* y su «fact-checking-Judici al Procés».

Finalmente, surgen las plataformas periodísticas de verificación. Entre ellas encontramos a *Newtral*, fundada en 2018, y *Maldita.es*, creada por los periodistas Clara Jiménez y Julio Montes en 2018 a raíz de la cuenta de Twitter *@Mhemeroteca*, originada en 2013. Otras plataformas son *Factual*, creada en 2018 como blog de verificación de la agencia de noticias AFP, y *Verificat*, nacida en 2019 y la primera plataforma de verificación de datos en Cataluña.

3. Verificadores, la superación del modelo de editor

Singer (2020) afirma que la actividad de los verificadores es de naturaleza periodística, porque escrutan las declaraciones de las élites, sitúan en un pri-

mer plano el valor de la verificación y buscan involucrar e informar a los ciudadanos. Sin embargo, muchos consideran su trabajo como un antídoto contra el perjuicio que los medios tradicionales pueden hacer a la confianza pública y al discurso cívico (Graves, 2018). En este sentido, los verificadores se perciben a sí mismos como una respuesta a los problemas que genera el periodismo como institución democrática (Amazeen, 2019; Graves, 2016). Para Singer (2018), los verificadores de hecho son al mismo tiempo una extensión del periodismo tradicional y una corrección del mismo. De alguna manera, es un intento de curar la fractura del periodismo como un modelo de conocimiento que ya no puede impedir que «ideologues create and partisan media relay compelling but misleading constructions to the like-minded» (Jamieson, 2015: 69).

Muchos periodistas consideran la actividad de evaluar la veracidad de las afirmaciones públicas como un esfuerzo para mantener los principios fundamentales del periodismo. Desde esta perspectiva, la verificación de datos se ve como un movimiento de reforma profesional cuyo objetivo es mejorar el periodismo (Amazeen, 2017). De hecho, algunos autores consideran la verificación de hechos como un «género de periodismo» que cuenta con un método basado en la evidencia para evaluar afirmaciones políticas (Coddington et al., 2014: 392). Las dos actividades comparten el discurso que se basa en la objetividad y la facticidad, propiedades epistemológicas del periodismo (Kunelius, 2006).

Sin embargo, algunos autores apuntan que la verificación va un paso más allá, paso que también debería dar el periodismo. Así, Singer (2020) considera que, aunque tanto los verificadores como los periodistas valoran la veracidad, los periodistas tienden a informar con precisión lo que se dijo, mientras que los verificadores de hechos están más interesados en juzgar la veracidad de la declaración. Van más allá de la objetividad como se entendía tradicionalmente para abordar de manera explícita y abierta las pruebas, las afirmaciones y las contrademandas (Coddington et al., 2014; Graves, 2016). Brooks Jackson, fundador de FactCheck.org y periodista, lo sintetiza en una frase: «Lejos del modelo de *gatekeeper*, que ya no es relevante, para convertirse en un árbitro / árbitro (*umpire/referee*)» (citado en Amazeen, 2013: 19). Otra diferencia importante es que, en la práctica, los verificadores *muestran* su trabajo, es decir, no solo aportan enlaces a las fuentes utilizadas para llegar a una conclusión, sino que explican los pasos realizados para concluir si una declaración o una afirmación es verdadera o no. Desde esta perspectiva, los verificadores destacan su papel no solo en informar a los ciudadanos, sino en educarlos, aunque admiten que el impacto de su trabajo es pequeño (Singer, 2020).

Los verificadores mantienen una relación ambivalente con los medios. Por una parte, cuestionan y verifican parte de su contenido actuando como una especie de *watchdog* de la prensa y, por otra, dependen en gran medida de los medios para dar a conocer su trabajo (Graves y Cherubini, 2016). Y en otro aspecto coinciden con los medios: su labor no está exenta de crítica.

La actividad de los verificadores es objeto de críticas de naturaleza diversa. Lim (2018) considera que existe una falta de consistencia en las evaluaciones que realizan, lo que puede llevar a confusión, porque los verificadores apenas verifican los mismos enunciados y, cuando lo hacen, la tasa de acuerdo sobre su precisión fáctica es bastante baja. Según Marietta y Barker (2019), la actual metodología para la verificación de contenidos no sirve para mejorar la percepción ciudadana de los hechos, y otros (Lim, 2018; Pérez-Tornero et al., 2018) cuestionan el desempeño de los verificadores y abren el debate sobre si deben comunicar de forma absoluta lo que es o no verdad, especialmente cuando no existe un consenso unánime respecto a las denominadas *verdades a medias* o el contenido *parcialmente falso*.

En esta dirección es destacable que, en ocasiones, los verificadores eligen determinadas afirmaciones o hechos cuyo descifrado o verificación se hace improbable (Uscinski y Butler, 2013; Uscinski, 2015). El criterio de selección de este tipo de noticias está supeditado al sesgo ideológico de los periodistas que trabajan en este tipo de instituciones. Tampoco ayuda la incapacidad de detección del origen del contenido contrastado en el proceso de verificación (Aguado-Guadalupe y Bernaola-Serrano, 2020), o cómo, producto de las prácticas de estos nuevos actores mediáticos, se está produciendo la presentación del contenido falso como parte de las noticias (Trevisan Fossá y Müller, 2019). Otros autores argumentan la necesidad de una manifiesta transparencia como factor clave para aumentar la credibilidad en los verificadores y enseñar de qué manera son desacreditadas las noticias falsas por parte de los verificadores (Humprecht, 2020). De hecho, Robertson et al. (2020) se preguntan quién usa los verificadores basándose en tres predictores sobre la percepción de que la ciudadanía tiene sobre ellos: el conocimiento de las organizaciones de verificación de datos, las actitudes hacia ellas y la frecuencia de visitas a sus páginas web.

Los autores destacan que alrededor del 49% de los que no están familiarizados con la verificación de datos expresaron una opinión no neutral; un 53% respondió que no usa verificadores para nada; un 25,3% lo hace algunas veces, y un 9,3%, a menudo (Robertson et al., 2020: 8). Según los mismos autores, «fact-checks become part of a pattern of ideological news consumption and sharing» (Robertson et al., 2020: 3) y «fact-checkers are perceived as partisan actors in a divided media system» (Robertson et al., 2020: 18). A ello se añaden las evidencias que demuestran que la gente no está familiarizada con el trabajo de estas organizaciones (Nyhan y Reifler, 2016) y solo un número limitado de personas comparte noticias verificadas (Amazeen et al., 2019).

En este contexto convulso para el periodismo, el objetivo principal del presente texto es identificar el conocimiento que los ciudadanos españoles tienen de los verificadores y el papel que estos desempeñan en sus prácticas informativas y de verificación. Como se ha podido observar, existe abundante bibliografía sobre la naturaleza de los verificadores y las prácticas y técnicas que emplean, así como sobre el tipo de verificaciones que realizan. Sin embargo, existe un vacío sobre la percepción que de ellos tiene la ciudadanía espa-

ñola. De forma más específica, se pretende, como objetivo 1, determinar el conocimiento que los españoles tienen de los verificadores; como objetivo 2, conocer el uso que los españoles hacen de los verificadores y su papel en los procesos de verificación desplegados. Así mismo, existe un tercer objetivo, el 3, que pretende identificar si el uso de verificadores puede contribuir a recuperar la autoridad periodística.

4. Metodología

La presente investigación se basa en los resultados de una encuesta a nivel estatal ($N = 1001$) realizada en 2019 entre ciudadanos españoles mayores de 18 años. Los datos fueron recogidos por una empresa demoscópica a través de un cuestionario administrado en línea. El muestreo se realizó en función de edad, sexo y comunidad autónoma de residencia, resultando una muestra representativa de la población española. El nivel de confianza es del 95%, con $p = q = 0,5$ y con $\pm 3,2\%$. La tabla 1 muestra las características demográficas de los participantes.

Para realizar la investigación se preparó un cuestionario con cinco bloques de preguntas principales: datos sociodemográficos, consumo mediático, confianza en los medios, uso de redes sociales, desinformación y redes sociales. El cuestionario incluía preguntas de opción múltiple con respuesta única y de opción múltiple con respuesta múltiple, así como respuestas basadas en escalas de Likert (1-7, siendo 1, *nada*, y 7, *mucho*) en las preguntas en las que se solicitaba la evaluación de determinados temas. Por cuestiones de limitación de espacio, no se incluye el cuestionario, si bien está disponible para los interesados previa petición a los autores. Los resultados obtenidos han sido analizados mediante el uso de técnicas de análisis bivariado.

Tabla 1. Datos demográficos

		N (%)
Sexo	Hombre	498 (49,7%)
	Mujer	503 (50,3%)
	Total	1001 (100%)
Edad	16-29	169 (16,9%)
	30-44	310 (30,9%)
	45-59	311 (31,0%)
	> = 60	211 (21,1%)
	Total	1001 (100%)

Fuente: elaboración propia.

5. Resultados

Los resultados obtenidos muestran que los ciudadanos españoles tienen un escaso conocimiento sobre qué son los verificadores. Así lo manifiestan el 64,1% de los participantes en la encuesta. Frente a ellos, el 36,9% afirman

que conocen qué son, aunque muestran un nivel de uso muy bajo y solo el 5,1% los utiliza habitualmente (tabla 2).

Se observan diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de los verificadores por sexo. Así, las mujeres manifiestan desconocer en mayor proporción que los hombres qué son los verificadores ($\chi^2 [1, N = 744] = 7,56, p < 0,05$), si bien la diferencia es débil (V de Cramer = 0,101). Del mismo modo, de los resultados también se desprende una correlación entre el conocimiento de los verificadores y el consumo informativo (tabla 3). Así, los ciudadanos que consumen diariamente información tienen un mayor conocimiento sobre lo que son los verificadores. Por el contrario, los que no consumen nunca o casi nunca muestran un mayor desconocimiento ($\chi^2 [3, N = 740] = 27,17, p < 0,05$).

Tabla 2. Conocimiento y uso de los verificadores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Sí, y los uso habitualmente	38	3,8	5,1	5,1
2 Sí, y los uso ocasionalmente	111	11,1	14,9	20,1
3 Sí, pero no los he usado nunca	117	11,7	15,8	35,9
4 No	477	47,6	64,1	100,0
Total	743	74,3	100,0	
NS/NC	258	25,7		
Total	1.001	100,0		

Fuente: elaboración propia.

Aunque los verificadores no sean ampliamente conocidos y usados por la población, ello no significa necesariamente que los ciudadanos no verifiquen la información que reciben y que consideran dudosa. Así, el 82,4% declara verificarla, si bien el porcentaje se reduce al 38,5% entre los que afirman hacerlo frecuentemente. Solo el 17,6% apuntan no hacerlo nunca o casi nunca (tabla 3). A este porcentaje, sin embargo, habría que añadirle aquellos ciudadanos que manifiestan que no reciben nunca noticias falsas a través de redes sociales, que en la muestra analizada se eleva al 25,7%.

Tabla 3. Frecuencia de comprobación

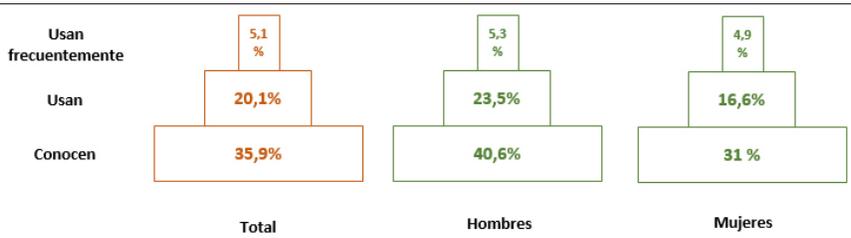
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1. Frecuentemente	289	28,8	38,5	38,5
	328	32,8	43,8	82,4
	132	13,2	17,6	100,0
	Total	749	74,8	100,0
2. De vez en cuando	252	25,2		
	Declaran no comprobar			
Total	1001	100,0		

Fuente: elaboración propia.

No se observan diferencias estadísticamente significativas de la frecuencia en verificar por sexo o por grupos de edad. Sin embargo, en el análisis detallado de los que afirman no verificar nunca o casi nunca se observa cómo las mujeres tienden a comprobar con menor frecuencia de lo que lo hacen los hombres ($\chi^2 [1, N = 740] = 7,563, p < 0,05$). Por el contrario, la frecuencia de comprobación se relaciona positivamente con la preocupación por las noticias falsas y con el consumo informativo. Así, los ciudadanos más preocupados por la proliferación de las noticias falsas manifiestan también comprobar con mayor frecuencia (*frecuentemente*) si los contenidos que reciben son falsos o no ($X^2 [2, N = 747] = 29,576, p < 0,05$. V de Cramer = 0,2). Igualmente, los ciudadanos que manifiestan informarse más frecuentemente (diariamente y entre 2 y 6 días a la semana) comprueban también con más asiduidad y muestran diferencias estadísticamente significativas ($\chi^2 [6, N = 746] = 29,877, p < 0,05$) con respecto a los que se informan con menor frecuencia.

Con relación al O2, los resultados de la tabla 2 muestran que, además de poco conocidos, los verificadores son también escasamente usados. Y se ha visto que el 20% de los encuestados afirma emplear verificadores, si bien solo el 5,15% lo hace habitualmente. La figura 1 ilustra cómo los hombres tienen mayor conocimiento (primer nivel de la pirámide) y usan los verificadores (segundo nivel) en mayor proporción que las mujeres. Pero esas diferencias desaparecen en el tercer nivel analizado, entre las personas que usan frecuentemente los verificadores.

Figura 1. Pirámide de conocimiento, uso y uso frecuente



Fuente: elaboración propia.

Como se ha descrito anteriormente, el desconocimiento de los verificadores no implica la ausencia de verificación. El estudio muestra que el contenido dudoso lo contrastan a través de otros canales (tabla 4). En concreto, la búsqueda en Google es la opción preferida (el 37,8%), seguida de buscar en los medios de comunicación (el 32,1%). A mucha distancia, el 12,4% afirma que pregunta a amigos o contactos que le puedan ayudar; el 9,6% lo busca en las redes sociales, y, finalmente, el 8,1% acude a los verificadores.

Como ocurre entre los que conocen qué son los verificadores, los usuarios habituales de este tipo de plataformas muestran un nivel mayor de preocupación por la proliferación de noticias falsas (un 74%) que los que no los usan.

Así mismo, se informan diariamente sobre la actualidad (un 65,8%), especialmente a través de medios digitales (un 50%).

Tabla 4. Sistemas de verificación empleados

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Búsqueda en Google	513	37,8%	74,2%
Búsqueda en medios de comunicación	435	32,1%	63,0%
Búsqueda en redes sociales	130	9,6%	18,8%
Consulta a verificadores	110	8,1%	15,9%
Consulta a amigos y/o contactos	169	12,4%	24,4%
	1.357	100,0%	196,3%

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, y en relación con el O3, la encuesta ofrece unos resultados que pueden aportar una tímida esperanza sobre la contribución de los verificadores a la recuperación de la autoridad periodística. En concreto, los usuarios habituales de este tipo de plataformas ofrecen rutinas de verificación distintas al resto de la población (tabla 5). El principal mecanismo para comprobar noticias que consideran pueden ser falsas son los propios verificadores (un 66,7%), seguidos de cerca por los medios de comunicación (un 63,9%). Así, el usuario de este tipo de plataformas reduce el uso de Google para verificar informaciones consideradas falsas en comparación con el resto de la población (un 63,6% vs. un 74,2%) e incrementa el uso de los medios (un 68,2% vs. 58,9%). En este sentido, un mayor y mejor conocimiento de la existencia de los verificadores y de su labor podría contribuir a conseguir que los ciudadanos recuperaran la confianza perdida en el periodismo.

Tabla 5. Sistemas de verificación empleados según uso de verificadores

	No utilizan verificadores	Sí utilizan verificadores
Búsqueda en Google	72,4%	63,6%
Búsqueda en medios de comunicación	58,9%	68,2%
Búsqueda en redes sociales	17,7%	20,0%
Consulta a amigos y/o contactos	23,7%	21,1%

Fuente: elaboración propia.

6. Conclusiones

En el actual sistema mediático los verificadores son generalmente percibidos como un posible antídoto frente a la desinformación, así como una nueva forma de periodismo que permite que los ciudadanos recuperen la confianza en los medios y en la información veraz (Singer, 2020; Graves, 2018). Basados en criterios de verificación de hechos y datos independientes y transparentes, los verificadores se presentan como instituciones que defienden un cierto retorno hacia el ideal romántico de los principios fundamentales del

periodismo: objetividad y facticidad (Amazeen, 2017; Kunelius, 2006). En un escenario en el que parece haber un consenso generalizado en que medios de comunicación y periodistas han perdido parte de su autoridad y hegemonía en la esfera pública, los datos recogidos en nuestra investigación apuntan que los verificadores están todavía lejos de transformar la percepción de los ciudadanos sobre la profesión periodística. En efecto, la mayor parte de la población desconoce que son los verificadores, por lo que no parece que puedan contribuir, en un futuro próximo, a regenerar la autoridad del periodismo. Más allá del desconocimiento general de la población española hacia este tipo de medios, nuestros datos muestran también que, entre aquellos españoles que conocen la existencia de los verificadores, constituyen una minoría aquellos que los usan. Estos resultados son similares a los que se han producido en otras investigaciones en distintos países (Rodríguez-Virgili et al., 2021), por lo que podemos afirmar que estos tipos de plataformas adolecen aún de una falta de popularidad que afecta directamente a su capacidad real de combatir los procesos de desinformación a escala nacional, más allá de sus audiencias de nicho. Hay que destacar que los verificadores españoles más populares, *Neutral* y *Maldita.es*, fueron creados en 2018, por lo que al realizar nuestra encuesta tenían un año de existencia, si bien investigaciones más recientes muestran un grado de conocimiento similar (Masip et al., 2020b). Su capacidad en los próximos años de llegar a públicos más amplios será relevante para determinar si los verificadores contribuirán con su labor a facilitar una revalorización de la profesión periodística.

En relación con el objetivo 2, los ciudadanos españoles afirman verificar las informaciones que consideran falsas o potencialmente falsas. Un 82,4% de los participantes dicen hacerlo. Un porcentaje que podría parecer muy elevado y que a modo de hipótesis se podría relacionar con la espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1995). Es conocido que el comportamiento de la audiencia está influido por la percepción que se tiene de la opinión dominante. Ante la preocupación por la difusión de noticias falsas resulta coherente pensar que los ciudadanos expresen públicamente que tienden a verificar aquellos mensajes que consideran potencialmente falsos. Actitud atribuible al «buen ciudadano».

En cuanto al sistema empleado para verificar, es especialmente relevante el papel que desempeña Google, que es el sistema favorito entre los participantes. La universalidad del buscador; la familiaridad con el mismo y la confianza en él; la rapidez de respuesta sin esfuerzo y de forma inmediata, y la autoconfianza de los ciudadanos ayudarían a explicar esta preferencia. No deja de ser perverso el uso de este buscador, del cual es conocida su capacidad para promocionar y amplificar el alcance de ciertos contenidos peligrosos y de crear filtros burbuja.

Otro resultado interesante de la investigación es el relativo al perfil de usuario que usa verificadores frecuentemente. Se trata de ciudadanos más preocupados que el resto por la proliferación de desinformación y que afirma informarse de forma más asidua. Los resultados muestran que los usuarios

habituales de los verificadores reducen el uso de Google como sistema de comprobación e incrementan la consulta de los medios de comunicación, convirtiéndolos en el segundo método tras los propios verificadores. El círculo virtuoso se plasmaría en esa población más informada que se preocupa por verificar a través de sistemas transparentes e independientes, pero que al mismo tiempo exigiría a los medios mayor transparencia, rendición de cuentas y, en definitiva, calidad en sus productos informativos. Ese escenario de deseo contribuiría a recuperar la autoridad periodística.

La solución, sin embargo, no pasaría exclusivamente por un incremento de la visibilidad de los verificadores, ni por una formación centrada en mostrar técnicas de verificación, sino que debería incidir en una educación mediática más amplia, encaminada a reconocer el papel de la prensa plural en las sociedades democráticas. Ello debería realizarse junto al desarrollo de una estrategia para potenciar el uso frecuente de los verificadores, especialmente tras observar que este es significativamente menor que el del total de usuarios. Se demuestra que existen dos barreras a superar: conocimiento y uso regular. Al mismo tiempo, se deberían establecer medidas dirigidas a fortalecer a los medios, garantizando así su independencia ideológica y económica. En definitiva, unos medios que contribuyesen a despolarizar la sociedad, en lugar de fomentar la polarización que inunda buena parte de las poblaciones occidentales.

Referencias bibliográficas

- AGUADO-GUADALUPE, G. y BERNAOLA-SERRANO, I. (2020). «Verificación en la infodemia de la Covid-19: El caso *Newtral*». *Revista Latina*, 78, 289-308.
- AMAZEEN, M. A. (2013). «Making a difference: A critical assessment of fact-checking in 2012». *New America Foundation Media Policy Initiative Research Paper*. Washington, DC: New America.
- (2017). «Journalistic Interventions: The Structural Factors Affecting the Global Emergence of Fact-Checking». *Journalism* (septiembre), 1-17. <<https://doi.org/10.1177/1464884917730217>>
- (2019). «Practitioner perceptions: Critical junctures and the global emergence and challenges of fact-checking». *International Communication Gazette*, 81 (6-8), 541-561.
- AMAZEEN, M. A.; VARGO, C. J. y HOPP, T. (2019). «Reinforcing attitudes in a gatewatching news era: Individual-level antecedents to sharing fact-checks on social media». *Communication Monographs*, 86 (1), 112-132.
- BENNETT, W. L. y LIVINGSTON, S. (2018). «The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions». *European Journal of Communication*, 33 (2), 122-139.
- BRANDTZAEG, P. B. y FØLSTAD, A. (2017). «Trust and distrust in online fact-checking services». *Communications of the ACM*, 60 (9). <<https://doi.org/10.1145/3122803>>
- CARLSON, M. (2017). *Journalistic authority*. Nueva York: Columbia University Press.
- CHERUBINI, F. y GRAVES, L. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- CHERUIYOT, D. y FERRER-CONILL, R. (2018). «Fact-Checking Africa». *Digital Journalism*, 6 (8), 964-975.
<<https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493940>>
- CODDINGTON, M.; MOLYNEUX, L. y LAWRENCE, R. G. (2014). «Fact Checking the Campaign: How Political Reporters Use Twitter to Set the Record Straight (or Not)». *The International Journal of Press/Politics*, 19 (4), 391-409.
- DAFONTE-GÓMEZ, A.; MARTÍNEZ-ROLÁN, X. y CORBACHO-VALENCIA, J. M. (2019). «Mapa de los Fact-Checkers Iberoamericanos: Presencia en Redes y Vías de Difusión de Contenidos». *Meios e Transformação Social*, 198.
- DAVISON, W. P. (1983). «The third-person effect in communication». *Public Opinion Quarterly*, 47 (1), 1-15.
<<https://doi.org/10.1086/268763>>
- DEUZE, M. (2005). «What is Journalism?: Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered». *Journalism*, 6 (4), 442-464.
- EKDALE, B.; TULLY, M.; HARMSSEN, S. y SINGER, B. (2015). «Newswork within a Culture of Job Insecurity: Producing News Amidst Organizational and Industry Uncertainty». *Journalism Practice*, 9 (3), 383-398.
<<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.963376>>
- FEDALI, S. y MATSA, K. E. (2018). *Use of mobile devices for news continues to grow, outpacing desktops and laptops*. Washington: Pew Research Center. Recuperado de <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/17/use-of-mobile-devices-for-news-continues-to-grow-outpacing-desktops-and-laptops/>> [Fecha de consulta: 20/05/2021].
- GANS, H. J. (2003). *Democracy and the News*. Nueva York: Oxford University Press.
- GOTTFRIED, J. y BARTHEL, M. (2018). *Almost seven-in-ten Americans have news fatigue, more among Republicans*. Washington: Pew Research Center. Recuperado de <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/26/almost-seven-in-ten-americans-have-news-fatigue-more-among-republicans/>> [Consulta 18/05/2021].
- GRAVES, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact Checking in American Journalism*. Nueva York: Columbia University Press.
- (2018). «Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement». *Journalism Studies*, 19 (5), 613-631.
- GRAVES, L. y CHERUBINI, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- GREENBERG, D. (2017). «Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism». *Journal of Communication*, 67 (6).
<<https://doi.org/10.1111/jcom.12329>>
- HUMPRECHT, E. (2020). «How do they debunk “fake news”? A cross-national comparison of transparency in fact checks». *Digital Journalism*, 8 (3), 310-327.
- JAMIESON, K. H. (2015). «Implications of the Demise of “Fact” in Political Discourse». *Proceedings of the American Philosophical Society*, 159 (1), 66-84. Recuperado de <https://repository.upenn.edu/asc_papers/739>.
- JAMIESON, K. H. y CAPPELLA, J. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Nueva York: Oxford University Press.
- JANG, S. y KIM, J. (2018). «Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions». *Computer and Human Behavior*, 80, 295-302.
- KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2007). *The elements of journalism*. Nueva York: Three Rivers Press.

- KUNELIUS, R. (2006). «Good Journalism: On the Evaluation Criteria of Some Interested and Experienced Actors». *Journalism Studies*, 7 (5), 671-690.
<<https://doi.org/10.1080/14616700600890323>>
- LAATO, S.; NAIMUL, A. K. M.; NAZRUL, M. y WHELAN, E. (2020). *Why do People Share Misinformation during the COVID-19 Pandemic?* Cornell University.
- LEWIS, S. C. (2012). «The Tension between Professional Control and Open Participation: Journalism and its Boundaries». *Information, Communication & Society*, 15 (6), 836-866.
<<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.674150>>
- LIM, C. (2018). «Checking how fact-checkers check». *Research & Politics* (julio).
<<https://doi.org/10.1177/2053168018786848>>
- LÓPEZ PAN, F. y RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J. (2020). «El Fact Checking en España: Plataformas, prácticas y rasgos distintivos». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26 (3), 1045-1065.
- MARIETTA, M. y BARKER, D. C. (2019). *One Nation, Two Realities: Dueling Facts in American Democracy*. Nueva York: Oxford University Press.
- MASIP, P.; ARAN-RAMPOTT, S.; RUIZ-CABALLERO, C.; SUAUI, J.; ALMENAR, E. y PUERTAS-GRAELL, D. (2020a). «Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: Sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo». *El Profesional de la Información*, 29 (3), e290312.
<<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>>
- MASIP, P.; ALMENAR, E.; ARAN-RAMPOTT, S.; CAPILLA, P.; PUERTAS-GRAELL, D.; RUIZ-CABALLERO, C.; SUAUI, J.; VILA, P. y ZILLES, K. (2020b). *El consumo de información durante el confinamiento por el coronavirus: Medios, desinformación y memes*. Recuperado de <<http://www.digilab.cat/disponible-el-informe-el-consumo-de-informacion-durante-el-confinamiento-por-el-coronavirus/>>.
- MCCHESENEY, R. W. y PICKARD, V. (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights?* Nueva York: The New Press.
- NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS, A.; LEVY, D. A. L. y NIELSEN, R. K. (2018). *Reuters Institute digital news report 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Recuperado de <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>>.
- NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; SCHULZ, A.; ANDI, S. y NIELSEN, R. K. (2020). *Digital news report 2020*. Oxford: Reuters Institute. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf>.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: Nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- NYHAN, B. y REIFLER, J. (2015). «The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators». *American Journal of Political Science*, 59 (3), 628-640.
<<https://doi.org/10.1111/ajps.12162>>
- (2016). «Estimating Fact-Checking's Effects: Evidence from a Long-Term Experiment during Campaign 2014». *American Press Institute*. Recuperado de <<https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf>>.
- PALOMO, B. y SEDANO, J. (2021). «Cross-Media Alliances to Stop Disinformation: A Real Solution?». *Media and Communication*, 9 (1), 239-250.
- PÉREZ-TORNERO, J. M.; TAYIE, S. S.; TEJEDOR, S. y PULIDO, C. (2018). «How to confront fake news through news literacy? State of the art». *Doxa Comunicación*, 26.

- POSTMAN, N. (1993). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. Nueva York: Vintage Books.
- ROBERTSON, C. T.; MOURÃO, R. R. y THORSON, E. (2020). «Who uses fact-checking sites?: The impact of demographics, political antecedents, and media use on fact-checking site awareness, attitudes, and behavior». *The International Journal of Press/Politics*, 25 (2), 217-237.
- RODRÍGUEZ-VIRGILI, J.; SERRANO-PUCHE, J. y BEATRIZ FERNÁNDEZ, C. (2021). «Digital Disinformation and Preventive Actions: Perceptions of Users from Argentina, Chile, and Spain». *Media and Communication*, 9 (1).
- SCHLESINGER, P. (2006). «Is There a Crisis in British Journalism?». *Media Culture & Society*, 28 (2), 299-307.
- SCHUDSON, M. (1978). *Discovering the news*. Nueva York: Basic Books.
- SHIN, J. y THORSON, K. (2017). «Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-checking Messages on Social Media». *Journal of Communication*, 67 (2), 233-255.
<<https://doi.org/10.1111/jcom.12284>>
- SINGER, J. (2003). «Who are These Guys?: The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism». *Journalism*, 4 (2), 139-163.
<<https://doi.org/10.1177/146488490342001>>
- (2018). «Fact-Checkers as Entrepreneurs». *Journalism Practice*, 12 (8), 1070-1080.
<<https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1493946>>
- (2020). «Border patrol: The rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative». *Journalism*.
<<https://doi.org/10.1177/1464884920933137>>
- STENCEL, M. y LUTHER, J. (2020). *Annual census finds nearly 300 fact-checking projects around the world*. Duke Reporters Lab. Recuperado de <<https://reporterslab.org/annual-census-finds-nearly-300-fact-checking-projects-around-the-world>> [Fecha de consulta: 18/05/2021].
- TANDOC, E. C.; LIM, Z. W. y LING, R. (2018). «Defining 'fake news': A typology of scholarly definitions». *Digital Journalism*, 6 (2), 137-153.
- TANDOC, E. C.; LIM, D. y LING, R. (2020). «Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why». *Journalism*, 21 (3), 381-398.
- THOMAS, R. J. y BLANKS HINDMAN, E. (2015). «Confusing Roles, Uncertain Responsibilities». *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92 (2), 468-486.
- TONG, J. (2018). «Journalistic Legitimacy Revisited: Collapse or Revival in the Digital Age?». *Digital Journalism*, 6 (2), 256-273.
<<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360785>>
- TREVISAN FOSSÁ, M. I. y MÜLLER, K. A. (2019). «Crosscheck as a legitimization strategy of the journalism field in response to fake news». *Brazilian Journalism Review*, 15 (3), 430-451.
- UFARTE-RUIZ, M. J.; PERALTA-GARCIA, L. y MURCIA-VERDU, F. J. (2018). «Fact Checking: A New Challenge in Journalism». *El Profesional de la Información*, 27 (4), 733-741.
- USCINSKI, J. E. (2015). «The Epistemology of Fact Checking (Is Still Naïve): Rejoinder to Amazeen». *Critical Review: A Journal of Politics and Society*, 27 (2), 243-252.
<<https://doi.org/10.1080/08913811.2015.1055892>>
- USCINSKI, J. E. y BUTLER, R. W. (2013). «The Epistemology of Fact Checking». *Critical Review*, 25 (2), 162-180.
<<https://doi.org/10.1080/08913811.2013.843872>>

- VÁZQUEZ-HERRERO, J.; VIZOSO, A. y LÓPEZ-GARCÍA, X. (2019). «Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo». *El Profesional de la Información*, 28 (3).
- VOS, T. P. y THOMAS, R. J. (2018). «The discursive construction of journalistic authority in a post-truth age». *Journalism Studies*, 19 (13).
<<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492879>>
- VOSOUGHI, S.; ROY, D. y ARAL, S. (2018). «The spread of true and false news online». *Science*, 359 (6380), 1146-1151.
- WAGNER, M. C. y BOCZKOWSKI, P. J. (2019). «The reception of fake news: The interpretations and practices that shape the consumption of perceived misinformation». *Digital Journalism*, 7 (7), 870-885.
- WALTER, N.; COHEN, J.; HOLBERT, R. L. y MORAG, Y. (2020). «Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom». *Political Communication*, 37 (3), 350-375.
- WHO (World Health Organization) (2020). *Rolling updates on coronavirus disease (Covid-19)*, 2 de febrero. Recuperado de <<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>>.
- ZELIZER, B. (1992). *Covering the Body*. Chicago: University of Chicago Press.

