



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**Análisis correlacional de las plataformas digitales Chequeado y Ecuador-Chequea  
entorno a la inteligencia artificial**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciado en Comunicación

**Autor:** Marco David Terranova Ordoñez

**Tutor:** Jaime Ramiro Morejón Vallejo

Quito-Ecuador  
2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Marco David Terranova Ordoñez con documento de identificación N° 172519344-3 manifiesto que: Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 20 de diciembre del 2023

Atentamente,



Marco David Terranova Ordoñez  
172519344-3

## **CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Marco David Terranova Ordoñez con documento de identificación No. 172519344-3 expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: ANÁLISIS CORRELACIONAL DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES CHEQUEADO Y ECUADOR-CHEQUEA ENTORNO A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 20 de diciembre del 2023

Atentamente,



Marco David Terranova Ordoñez  
172519344-3

## **CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Jaime Ramiro Morejón Vallejo con documento de identificación N° 172057533-9, docente de la Universidad, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS CORRELACIONAL DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES CHEQUEADO Y ECUADOR-CHEQUEA ENTORNO A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, realizado por Marco David Terranova Ordoñez con documento de identificación N° 172519344-3, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 20 de diciembre del 2023

Atentamente,



MSc. Jaime Ramiro Morejón Vallejo

172057533-9

## **DEDICATORIA**

Este artículo académico va dedicado al gran “Yo Soy”, quien gracias a su bondad y a su infinito amor, me dio las fuerzas y la sabiduría para poder completar esta fase tan importante en mi vida. Además, dedico este estudio a mis padres, quienes desde un inicio supieron luchar para guiarme hacia un mejor rumbo, pues el camino no fue fácil, pero gracias a sus consejos pude concluir con esta faceta de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de antemano a todos mis maestros, quienes a lo largo de mi carrera estudiantil supieron sembrar conocimiento, pues gracias a sus enseñanzas, pude culminar con este ciclo tan crucial de mi vida. Asimismo, doy las gracias a mi tutor de titulación, por la paciencia y la dedicación con la que supo guiarme para concluir con un logro más en mi carrera académica.

## Resumen

El periodismo y la tecnología han cambiado la forma de interactuar con el usuario; sin embargo, para que esto suceda, los profesionales del campo han tenido que adaptarse a la Era digital del siglo XXI y con ello, a las demandas de una sociedad sumergida en lo digital. Dentro de este marco, nace un fenómeno a causa de las desinformaciones, las cuales, ayudadas por la inmediatez tecnológica son difundidas a gran escala a través de las redes sociales, provocando confusión en la verisimilitud de la información, ante ello, el Fact-Checking surge como respuesta metodológica hacia dicho fenómeno, pues el periodismo digital ha dado otro giro de trabajo dentro de los entornos digitales.

El presente estudio correlacional utiliza un enfoque cuantitativo y cualitativo, además, de utilizar las técnicas de análisis de contenido, observación no participante y entrevista para la recolección de datos. A partir de ello, se utilizaron 3 contenidos verificados relacionados con la Inteligencia Artificial dentro de las plataformas Instagram de los medios digitales Chequeado y Ecuador-Chequea.

Esta investigación muestra cómo la metodología del Fact-Checking es aplicable para la verificación de contenidos desinformativos, asimismo, muestra los filtros y los procesos que cada medio utiliza para interactuar con la audiencia. Cabe señalar que, las categorías y las calificaciones que cada medio otorga, se sujetan a los contenidos desinformativos y a las noticias falsas, pues existe una diferencia entre estas dos categorías y es lo que ha marcado el rumbo en el trabajo periodístico digital.

**Palabras Claves:** Desinformación, periodismo digital, (TIC), inteligencia artificial, Fact-Checking.

## **Abstract**

Journalism and technology have changed the way of interacting with the user; however, for this to happen, professionals in the field have had to adapt to the digital age of the 21st century and with it, to the demands of a society immersed in digital. Within this framework, a phenomenon is born due to misinformation, which, aided by technological immediacy, is disseminated on a large scale through social networks, causing confusion in the verisimilitude of the information, in view of this, Fact-Checking It arises as a methodological response to this phenomenon, since digital journalism has taken another turn of work within digital environments.

The present correlational study uses a quantitative and qualitative approach, in addition to using the techniques of content analysis, non-participant observation and interview for data collection. From this, 3 verified contents related to Artificial Intelligence were used within the Instagram platforms of the digital media Chequeado and Ecuador-Chequea.

This research shows how the Fact-Checking methodology is applicable for the verification of disinformation content, likewise, it shows the filters and processes that each medium uses to interact with the audience. It should be noted that the categories and qualifications that each medium grants are subject to misinformation content and false news, since there is a difference between these two categories and it is what has set the course in digital journalistic work.

**Keywords:** Disinformation, digital journalism, (ICT), artificial intelligence, Fact-Checking.



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1.	Medios de comunicación, nativos y migrantes.....	2
1.2.	Periodismo digital .....	4
1.3.	Fake news y Fact-Checking.....	7
1.4.	Inteligencia Artificial .....	11
<b>II.</b>	<b>Metodología</b> .....	13
<b>III.</b>	<b>Resultados</b> .....	19
<b>IV.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	34
<b>V.</b>	<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	38

## INDICE DE TABLAS

I.	Tabla 1 .....	19
II.	Tabla 2 .....	21
III.	Tabla 3 .....	23
IV.	Tabla 4 .....	24
V.	Tabla 5 .....	25
VI.	Tabla 6 .....	27
VII.	Tabla 7 .....	29
VIII.	Tabla 8 .....	30
IX.	Tabla 9 .....	31
X.	Tabla 10.....	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura I .....	27
----------------	----

Figura II.....	28
Figura III.....	30

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, a través de los avances producidos por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se han desarrollado de manera exponencial, a tal modo que comunicarse se ha vuelto más flexible, pues, ya no existe la necesidad de trasladarse de un lugar a otro para llevar la información. Esto ha provocado cambios entorno a las relaciones con el usuario; sin embargo, para que esto suceda, la prensa escrita, la radio y la televisión han tenido que sumergirse a las demandas que la evolución tecnológica ha traído consigo.

Posterior a la revolución industrial, una invención que logró cambios en el progreso de la escritura, dio paso a los primeros periódicos de la historia. Gracias a ello, la prensa obtuvo un eje horizontal en el progreso periodístico. De esa forma, nace el primer diario impreso, el cual cambió exponencialmente la manera de comunicarse con la sociedad. “The Daily Courant fue el primer diario de la historia del periodismo. Se publicó por primera vez el 11 de marzo de 1702 en Londres” (Daniela - culturizando.com, 2021, párr. 6). Estos mismos, desde su origen y como se los conoce, difunden hechos noticiosos que son de interés para los lectores, destacando la labor que tiene la prensa con la sociedad, que resumido, conlleva a transmitir la información de forma clara, exacta y concisa.

No obstante, a finales del siglo XIX y con la ayuda de la red, nace el surgimiento de la radio, un aporte del físico alemán Heinrich Hertz a la invención y al desarrollo de las comunicaciones; sin embargo, es importante señalar que es en 1923 donde la radio empieza a difundir hechos noticiosos y de entretenimiento, esto cambió e impulsó a un nuevo método de llevar la información a la audiencia. Por otra parte, posterior a la invención de la radio, los desarrollos siguieron tomando rumbo. Es así que, el gran logro de transmitir una imagen electromagnética dio paso a la televisión, la misma que desde sus inicios se transmitía en blanco

y negro. En la actualidad y con las transformaciones en la calidad de la imagen y los colores, las transmisiones son hechas a color.

Posteriormente a las mencionadas invenciones, la necesidad de estar más conectados se la palpaba con más presencia, fue así que, la red y lo que la constituye, jugaron un rol fundamental en el desarrollo de las comunicaciones; sin embargo, para lograr dicha conexión se recurrió a la invención de un lenguaje cibernético “TCP/IP”, el cual logró conectar la red a nivel mundial, constituyendo así el Internet.

### **Medios de comunicación, nativos y migrantes.**

Dentro del esquema mediático, se han desarrollado grandes alcances derivados de la tecnología, generando con ello cambios dentro de la sociedad y los medios de comunicación. Por consiguiente, emergen nuevos medios de comunicación procedentes de la web (medios nativos), los cuales han revolucionado a la comunidad digital por sus distintas características como la accesibilidad, rentabilidad, conectividad, procesos comunicativos entre usuarios, emisor y receptor, entre otros. Es preciso señalar que; las TICs fueron el puente para que las nuevas formas de comunicación sean viables y con ello dar continuidad a nuevas prácticas sociales y culturales. Conforme a Rost et al., (2016) “Sus acciones se intersectan en espacios de intercambios de informaciones, opiniones, puntos de vista y hasta de ideas que inspiran el trabajo profesional. La información se comparte, se verifica, se enriquece y distribuye” (p.8).

Por otro lado, para los medios de comunicación tradicionales a pesar de su traslado a la web, siguen haciendo uso de los procesos tradicionales, agregando la interactividad como factor esencial con el consumidor, como lo afirma Suárez (2015) “en los medios tradicionales, una pauta muy común es la de elaborar informaciones que después se difunden tanto en versión tradicional (papel) como digital” (p.391).

A razón del modelo tradicional del medio comunicativo cuyo fin es informar, educar y entretener, los medios de comunicación digitales asumen la responsabilidad de fomentar democracia, establecer sociedades cultas y mejor informadas, con el propósito de exponer una realidad social palpable y veraz. En conformidad con Rost et al., (2016) “Son otros los modos de recolectar datos, de comunicar, compartir y de mostrar las noticias en los distintos medios y plataformas” (p.8). Esto ha hecho que los diferentes medios de comunicación transformen consigo la manera de pensar e impartir los contenidos noticiosos, en donde la relación con el medio, el periodismo y el usuario van conjuntamente de la mano.

De esta manera, los medios migrantes y nativos en la actualidad siguen el surgimiento de nuevas tendencias comunicativas que evolucionan conjuntamente con la audiencia, por ello, la participación de la sociedad en los entornos digitales correlacionan las nuevas formas de generar interés y, a su vez, de producir otro sistema de trabajo destinado netamente en la web. Así, lo señala Gonzales et al., (2015) “La convergencia periodística en la esfera tecnológica bien podría expresarse con un sinónimo: multiplataforma” (p.7). Además, en consonancia con lo mencionado, el autor considera que; dentro del contexto multiplataforma el periodista que emerge de lo digital, debe estar capacitado para desenvolverse en varios ámbitos, lo que lo denomina como polivalencia.

Igualmente, para Rost et al., (2016) existen 3 casos en los cuales los medios de comunicación y el periodismo digital se encuentran inmersos en materia de generación de contenidos, el primero se trata de “volcado” que el autor lo señala como “definimos como Volcado, es decir “cuando se replica exactamente el mismo texto en otro medio, soporte o plataforma” (p.136). El segundo caso se trata de la expansión, en donde el autor lo señala como “En cada una de las plataformas, el mismo hecho es presentado de manera distinta, incorporando

información que amplía la noticia” (p.136). Asimismo, Rost et al., (2016) señala que el 3er caso se trata de la adaptación, y lo define como “la misma información que se adapta a las distintas plataformas sin incorporar datos nuevos” (p.138).

### **Periodismo digital**

Posterior a los avances tecnológicos, el periodismo digital se han situado en nuevas formas de difundir los hechos noticiosos. Según (Echeverri et al., 2018) “Esta transformación del campo periodístico se fundamenta en los desarrollos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)” (p.297). Asimismo, como se lo ha señalado dicha evolución que engloba el ciberperiodismo ha estimulado cambios en la comunicación entorno a la relación con la audiencia.

Cabe mencionar que un factor clave para el periodismo digital ha sido sin duda la multimedia, cuyos resultados a partir de su nacimiento posterior a la digitalización han sido favorable al momento de crear los contenidos para ser difundidos. Conforme a Scolari (2018) “En este aspecto la digitalización ha favorecido la convergencia de todo tipo de información en un único soporte. Imágenes, sonidos, palabras... todo puede ser reducido a una masa de ceros y unos” (p.100).

Es desde esa perspectiva en donde el campo de lo digital ha evolucionado, dejando atrás un periodismo ambiguo, en consonancia con Scolari (2018) “Desde la perspectiva de la comunicación digital la multimedialidad realza la experiencia del usuario, el cual puede interactuar con textualidades complejas donde se cruzan y combinan diferentes lenguajes y medios” (p.101). Acorde con lo mencionado, y sin duda, la interactividad es un elemento fundamental para el periodismo digital, puesto que gracias a ello, el usuario puede intervenir de forma activa, modificando un periodismo pretérito, conforme a Scolari (2018) “Hay

interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico” (p.94). Además, en consonancia con la labor periodística la hipertextualidad y lo que lo conjuga son roles específicos en el discernimiento de lo digital, puesto que gracias a este sistema, el usuario puede conectarse y pasar de información a otra a través de vínculos de hipertexto. De acuerdo a Scolari (2018) “Los pioneros del hipertexto siempre apostaron por un sistema donde confluyera todo tipo de documentos (escritos, gráficos, etcétera)” (p.287).

Como se lo ha mencionado, los procedimientos periodísticos actuales se han adaptado a las exigencias demandadas por los usuarios del siglo XXI, según Olivia, C (2014) “El profesional de la información debe servirse de herramientas tecnológicas para poder desarrollar su trabajo con mayor comodidad y utilizar estos canales de difusión como medios de transmisión de la información” (p.4). Estas mismas herramientas son utilizadas para las investigaciones correspondientes de hechos noticiosos. Sin embargo, la audiencia también juega un rol fundamental, puesto que, gracias a la brevedad tecnológica y a la multimedialidad el usuario tiene la facilidad de interactuar con el medio digital desde cualquier sitio, e incluso cabe señalar que, en esta nueva Era digital se ha creado un nuevo término para la audiencia, denominado prosumidores, los cuales no solo obtienen la facilidad de interactuar, sino que también pueden producir, consumir y replicar la información dentro de la Web.

Conforme a Flóres (2018) “La emergencia de nuevos medios digitales nos plantean otras formas de comunicar, nuevas narrativas más inclusivas, en formatos más creativos y principalmente con un mayor componente de compromiso social y político”(p.8). Asimismo, la inmediatez con la que el usuario puede relacionarse con el medio es un factor a tomar en cuenta en el periodismo digital, puesto que es el punto clave para mantener al consumidor

interrelacionado con el medio de comunicación. Como lo afirma Manovich (2001) “Hoy nos encontramos en medio de una nueva revolución mediática, que supone el desplazamiento de toda la cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador” (p.4).

Dentro de este marco que engloba a la tecnología con el periodismo, es importante señalar que la relación que tiene el consumidor con la redacción, es fundamental, por ende, también es un eje central para el periodismo digital, si bien es cierto, que la innovación tecnológica ha hecho que cualquier usuario pueda crear información o contenido a su perspectiva, el trabajo periodístico profesional es diferente, pues se basa de fundamentos teóricos y prácticos para un trabajo deontológico. En este caso, los medios de comunicación digitales dedicados a la investigación de datos aplican sus métodos profesionales para la obtención de resultados; no obstante, cuya redacción posterior a la investigación se basa por la estructura denominada pirámide invertida, la cual, tiempo después de su apreciación en el periodismo digital, se ha encontrado envuelta en cambios estructurales para los entornos digitales, como lo afirma Franco (2020) “La llegada de Internet y su popularización como medio informativo no solo recuperó la famosa pirámide, sino que la modernizó y exigió para ella un nuevo estilo” (pag.11). A partir de ello, y desde el punto de vista de Franco (2020).

“La vieja pirámide narraba tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida en el lid, y finalmente en el cuerpo. Se anunciaba el hecho (título), se ampliaba con los datos esenciales (lid) y luego se desglosaban esos datos (cuerpo). La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lid, hasta el final del cuerpo. Título y lid pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información” (pag.11).



Del mismo modo, de acuerdo con Mencher como se citó en (Franco, 2020) “la pirámide invertida ha persistido porque satisface las necesidades de los usuarios de los medios. “Los lectores desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante, prestarán atención. De otra forma, se irán” (p.53). Es con ello, con que el periodismo digital tiene auge y sigue desarrollándose de manera exponencial; sin embargo, los retos para el mismo aún siguen latentes, pues la Era digital sigue desarrollándose constantemente.

### **Fake news y Fact-Checking**

De acuerdo con (Groves 2017 como se citó en Salas Abad, 2019) “El uso reciente de fake-news se remontaba a los años 90 del siglo XX, cuando se empleó en algunos programas de TV de EEUU”. (p.4). Sin embargo, es importante resaltar que la Real Academia Española manifiesta que el término adecuado para señalar cualquier tipo de noticia falsa es bulo. No obstante, la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022) considera que las categorías adecuadas son “información errónea y desinformación” (p.44). Asimismo, UNESCO (2022) sostiene que “Una tercera categoría podría denominarse como información maliciosa” (p.45). En conclusión la UNESCO (2022) plantea:

“no se recomienda usar el término “fake news” sino optar por el término “desinformación”. Esto es así por una serie de factores, entre los que se destacan el hecho de que “fake news” hace alusión a una supuesta noticia, cuando los contenidos desinformantes a veces son inventos o fabricaciones que nada tienen que ver con “un suceso extraordinario que merece ser contado”. Además, también el término “fake news” fue apropiado por diversos políticos alrededor del mundo, que utilizan de forma partidaria o menosprecian con ese término a diversos medios de comunicación con líneas editoriales críticas” (p.8).

Por otro lado la Real Academia Española (como se cito en Medina Uribe, 2019) “define el verbo “desinformar” con dos acepciones: “dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines” y “dar información insuficiente u omitirla” (p.20). En concordancia con ello, las desinformaciones han estado presentes hasta la actualidad, no obstante, la desinformación no se encuentra solamente en los diversos medios de comunicación, sino también en los discursos políticos con fines de deslegitimar a sus opositores en las campañas electorales, de modo que surge la desconfía del lector/a o del espectador/a, generando dudas entre lo falso y lo veraz. Medina Uribe (2019) “Algunas veces la información es falsa a causa de una equivocación de quien la difunde. Pero en muchos otros casos, la información es deliberadamente errada y busca causar un efecto en particular en quienes la consumen” (p.21).

Asimismo, Rodríguez (2019) afirma que “La mayor preocupación en la actualidad recae en la difusión intencionada de informaciones falsas a través de las redes sociales que puedan impactar negativamente en la reputación de las organizaciones” (p.1725). La facilidad con la que se puede publicar información en línea, así como el alcance y la velocidad con la que las redes sociales puede compartir contenido, ha permitido que la desinformación se difunda rápidamente a gran escala. Conforme a (Echeverri et al., 2018) hacen un contraste de estudios, el cual sostiene que, “los efectos de las noticias falsas y de la desinformación son muy difíciles de contrastar, especialmente porque los usuarios tienden a seleccionar sus fuentes de información y a interpretar los mensajes de manera que confirmen sus convicciones previas” (p.5). Además, las redes sociales pueden ser utilizadas para segmentar audiencias específicas, lo que significa que la información falsa puede ser dirigida a grupos específicos para maximizar su impacto. Teniendo en cuenta a Rodriguez (2021) en donde señala que “hay siete tipos: sátira o parodia, contenido

engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, conexión falsa, contexto falso y contenido manipulado” (Pág.6).

Sin embargo, gracias a los efectos de los avances tecnológicos, las noticias desinformativas se trasladaron a la red, provocando que más de uno replicara los hechos noticiosos no verificables a una velocidad sin precedentes, según Gonzales (2019) “las noticias falsas se han convertido en una constante dentro del Periodismo y en un verdadero problema a la hora de discernir la verisimilitud de una información” (p.31). Ante ello, una de las herramientas para combatir las desinformaciones, ha sido indudablemente el Fact-Checking, esta técnica en sus inicios se basó en contrastar los datos de los discursos políticos que han sido difundidos durante las elecciones electorales, como lo señala la UNESCO (2022) “el nacimiento del fact-checking como movimiento se dio alrededor del chequeo de datos de frases de políticos o líderes de opinión, como dirigentes sociales o empresarios” (p.8). Por otro lado esta metodología hizo que distintos medios digitales la adopten para mejorar sus practicas periodísticas, sumando así, más medios dedicados a la verificación de datos, Acorde con UNESCO (2022) “Este crecimiento también se evidenció en Latinoamérica” (p.3).

Rodriguez (2021) señala que “Las Fake News no son nuevas. Siempre existieron, pero tenían otro ritmo de difusión. Internet y las redes sociales potenciaron su alcance” (p.13). Asimismo, en consonancia con Zambrano (2017) “Cada vez hay más retos para el periodismo, y para lograr la calidad y profesionalismo que la sociedad merece, el fact-checking es ideal para ser incorporado como una herramienta básica para mejorar el oficio periodístico” (p.85). Cabe recalcar que, esta herramienta es un recurso el cual permite perfeccionar las prácticas periodísticas, con el fin de proporcionar confianza en los hábitos de consumo informativo.

Sin embargo, para hablar del fact-checking y su evolución, es oportuno mencionar que dichos medios digitales dedicados a la verificación de datos, conllevan métodos esenciales para el tratamiento de las noticias falsas, estos mismos son examinados por organizaciones reguladoras. De acuerdo con (López y Rodríguez 2020) “se presupone que los buenos profesionales verifican la información; y que las organizaciones siguen un proceso de garantía editorial antes de publicarla” (p.11). En ese marco de garantías, existe una organización reguladora para los medios digitales dedicados hacer Fact-Checking la cual brinda apoyo y capacitación hacia estos mismos, esta se trata de la International Fact-Checking Network (IFCN). (Moreno-Gil y Salgado-de Dios, 2023, párr. 5) sostiene que, “IFCN ha focalizado sus esfuerzos en ayudar y formar a fact-checkers de todo el mundo y, en la actualidad, conforma una sólida red que ha contribuido decisivamente a una mayor presencia y madurez del movimiento, así como a la elaboración de políticas sobre fact-checking a nivel global”.

Ante ello, los medios de comunicación digitales han tenido que adaptar a su equipo de trabajo profesionales en periodismo y en verificaciones, con el unico objetivo que combatir las noticias falsas que circulan en los entornos digitales, estos se los denomina como Fact-checker o verificadores de la información. Según Vizoso y Vázquez-Herrero (2019) “La misión de los verificadores es, por tanto, aclarar y arrojar luz a todas aquellas informaciones construidas de forma no adecuada o falsa. Para ello se sirven de técnicas y procedimientos de comprobación que los llevan hasta el origen de las noticias” (p.132).

A partir de ello, la investigación tomará como objeto de estudio los medios digitales:

- Chequeado de Argentina por ser pionero en la implementación y en el desarrollo del Fact-checking en Latinoamérica, además, por su metodología replicable en los diferentes medios digitales dedicados a la verificación de datos. Chequeado (2023)

“Nacimos en octubre de 2010, somos la primera organización de este tipo en América Latina y el hemisferio sur y uno de los diez primeros fact checkers del mundo” (párr.3).

- Ecuador Chequea. En consonancia con Hernández (2018) “es uno de los primeros medios en la región, inspirado por el método de Chequeado, que ha crecido en gran medida a lo largo de estos años, ampliando su cobertura temática en Ecuador y convirtiéndose en un referente en el país” (p.6).

### **Inteligencia Artificial**

En la actualidad, y como se lo ha venido señalando, los grandes avances tecnológicos aún no dejan de sorprender a la sociedad contemporánea del siglo XXI, pues, en este aspecto, la inteligencia artificial ha marcado un nuevo auge tecnológico. Según la UNESCO (2018) “La inteligencia artificial (IA) es una disciplina científica que nació oficialmente en 1956 en el Dartmouth College, en Hanover (Estados Unidos)”. Esta misma atribuye aspectos relativamente de un humano; sin embargo, en la actualidad dicha herramienta ha puesto en duda las relaciones comerciales, laborales y sociales de la sociedad en común, pues como lo señala Rouhiainen (2018) “la IA es la capacidad de las máquinas para usar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo aprendido en la toma de decisiones tal y como lo haría un ser humano” (p.17). Asimismo, Rouhiainen (2018) afirma que, “la proporción de errores es significativamente menor en las máquinas que realizan las mismas tareas que sus contrapartes humanas” (p.17).

En este marco es importante enfatizar que la IA y su evolución significativa nos conducen a estudiar los diferentes aspectos en las cuales esta misma se relaciona, pues, existe precedentes significativos que puedan suceder por el mal uso de estas herramientas, conforme a Rouhiainen (2018) “el gran crecimiento de la IA también nos obliga a estar atentos para prevenir

y analizar las posibles desventajas directas o indirectas que pueda generar la proliferación de la IA” (p.17).

Además, cabe enfatizar que este avance aún no se lo puede catalogar como beneficioso o malicioso para sociedad; sin embargo, los cuidados y su buen uso son ejes centrales para el apropiamiento de dichas herramientas con inteligencia artificial, pues como los señala el autor Rouhiainen (2018) “las tecnologías de IA han comenzado a desarrollar como nunca antes la capacidad de ver (visión artificial), oír (reconocimiento de voz) y entender (procesamiento del lenguaje natural)” (p.23). Ante eso, el estudio dentro del marco tecnológico es importante indagarlo, estudiarlo y correlacionarlo con la vida diaria.

De esta manera, la investigación analizará mediante un estudio correlacional el nivel de cumplimiento de la metodología del fact-checking utilizada en las plataformas de Instagram de; Chequeado y Ecuador Chequea, entorno a la inteligencia artificial.

Además, se plantea como primer objetivo identificar cuál es la metodología de verificación de los medios digitales Chequeado y Ecuador Chequea, el segundo objetivo será captar a través del análisis de contenido las diferencias y similitudes utilizadas para categorizar las verificaciones de los contenidos desinformativos en las plataformas digitales seleccionadas. Asimismo, el tercer objetivo se propone comprobar si en las verificaciones hechas por los medios digitales se puede evidenciar la metodología del Fact-Checking.

En este sentido, la pregunta de investigación que direcciona este artículo es ¿Cuál es la metodología del Fact-Checking utilizado dentro del quehacer periodístico en los medios digitales nativos; Chequeado y Ecuador Chequea entorno a la Inteligencia Artificial?.

## **Metodología**

Para lograr los objetivos planteados se realizó un mapeo de medios dentro del entorno digital, la investigación tuvo inicio el 28 de marzo del 2023 y finalizó el 28 de junio del 2023. Por consiguiente, en la búsqueda dentro de Google se procedió a digitar “los diferentes medios digitales en hacer fact-checking en Latinoamérica” en donde arrojó como resultado la revista Científica de Comunicación y Educación. En ella, se encontró el texto “América Latina: Iniciativas del fact-checking, alternativas frente a las fake news” en el que hacen un estudio del ecosistema informativo de los diferentes medios digitales en ser pioneros en incorporar la metodología del Fact-Checking en Latinoamérica. Dicha investigación arrojó como resultado 9 medios de comunicación digitales en elaborar periodismo en base al Fact-Checking.

La comunicación, considerada como una disciplina científica, la cual genera conocimientos a partir de la estructuración de una investigación, tiene como finalidad aportar una nueva cognición que beneficie y vincule a la sociedad. Se estima que el paradigma funcionalista desde una perspectiva comunicacional, provoque un cambio en el comportamiento informativo, formando nuevas conductas contemporáneas, adaptadas a la demanda tanto de los medios de comunicación digitales como de los usuarios, comprendiendo la importancia de la veracidad de datos en el periodismo digital. Como lo señala (Oliveira et al., 2020) “Se considera la corriente “funcionalista”, o más propiamente la tradición sociológica y psicológica para el estudio de los efectos de los medios, como una tradición histórica” (p.35). Asimismo, (Oliveira et al., 2020) menciona que, “Más que un enfoque de la Teoría de la Comunicación (con mayúscula), su ámbito es más acotado y específico: a un nivel de la comunicación (lo social), de un objeto más específico (los medios) y de un tipo de estudio (los efectos) medios.” (p.35).

A partir de ello, el presente artículo académico realizó un estudio correlacional, en consonancia con, (Sampieri et al., 2014) “Los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación” (p.72). De este modo, la información indagada abrirá paso a la descripción de las distintas causales del fenómeno existente, causadas por las desinformaciones.

Esta investigación se determinó por el diseño multimétodo de la Legitimidad Científica de la Integración; es decir, se obtuvo datos cuantitativos y cualitativos. En consonancia con Bericat (1998) “Los diseños de investigación multimétodo, en tanto pretenden desarrollar investigaciones que combinan e integran las orientaciones cuantitativa y el cualitativa en el marco de un estudio único” (p.22). De igual modo, se utilizó la Complementación como técnica para recabar los datos. A partir de ello, se procedió a realizar su triangulación metodológica para obtener los resultados finales. Como lo señala Bericat (1998) “En la complementación el grado de integración metodológica es mínimo, y su legitimidad se soporta sobre la creencia de que cada orientación es capaz de revelar diferentes e interesantes zonas de la realidad social” (p.39).

En virtud a la conformidad de la investigación, se ha escogido trabajar con el muestreo Aleatorio Simple, ya que permitirá seleccionar independientemente la muestra. Según Otzen y Manterola (2017) afirman que muestreo Aleatorio Simple “Garantiza que todos los individuos que componen la población blanco tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra” Por consiguiente, se determinaron técnicas de investigación oportunas, a fin de obtener una visión general del comportamiento del fenómeno y la percepción del mismo de manera particular.

En primer lugar, para responder el OE1. Se procedió a realizar una matriz la cual plasmó las dos metodologías de los dos medios digitales, esto, con el fin de sistematizar a un solo



método, el cual posteriormente fue puesto en análisis para evaluar la metodología en las verificaciones relacionadas con la IA.

*Matriz 1. Macro nivel de analisis.*

Chequeado	Ecuador-Chequea
-----------	-----------------

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez (2023).*

**Primera columna:** En ella se sitúa la metodología del medio digital Chequeado.

**Segunda columna:** En ella se muestra la metodología del medio digital Ecuador-Chequea.

Según, (Sampieri et al., 2014) el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa (p.335). Además, por la dimensión metodológica de la investigación el análisis de contenido enriquecerá con datos cuantitativos los cuales permitirán triangular los datos codificados de manera eficaz, como lo afirma el mismo autor (Sampieri et al., 2014) “El análisis de contenido se efectúa por medio de la codificación, que es el proceso a través del cual las características relevantes del contenido de un mensaje son transformadas a unidades que permitan su descripción y análisis preciso”.

Para ello, y en consonancia con el OE2, se realizó dos matrices las cuales permitió recabar los datos cuantitativos con el fin de encaminar correctamente a los resultados requeridos por el objetivo.

*Matriz 2. Matriz de categorías.*

Categoría	Chequeado	Ecuador-Chequea
	Publicaciones	Publicaciones
	%	%
Falso		
Explicador		

Fuera de contexto  
Engañoso  
Verdadero/Cierto  
Discutible  
Inverificable  
Impreciso  
Sátira

---

Total

---

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez.*

**Primera columna:** Los elementos que corresponden a la misma, son las categorías y calificaciones plasmadas por los dos medios digitales Chequeado y Ecuador-Chequea.

**Segunda y tercera columna:** Estos apartados están destinados a la recolección de datos de las publicaciones exactas, para posteriormente someterse a la cuantificación de la misma.

**Total:** En esta fila se digitó los datos numerios en totales y posteriormente en porcentajes.

*Matriz 3. Matriz de temáticas.*

---

Temas	Chequeado	Ecuador-Chequea	Total
<hr/>			
Total			

---

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez (2023).*

**Primera columna:** En este apartado está plasmado las diferentes temáticas que fueron de interés para verificar según cada medio de comunicación digital.

**Segunda y tercera columna:** Estas columnas están destinadas a la recolección total de datos numéricos según las temáticas a tratar por cada medio digital.

**Total 1 / Total 2:** En esta fila se muestra el total de publicaciones, tanto individuales como colectivas.

Asimismo, se optó por realizar la técnica de la Observación, ya que permitirá obtener los datos correctos para su determinada complementación, Según (Sampieri et al., 2014) “La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias” (p.348). Asimismo, señala que “La observación puede ser participante o no participante. En la primera, el observador interactúa con los sujetos observados y en la segunda no ocurre esta interacción” (p.352). Es por ello que se ha optado realizar la observación no participante para recabar los datos necesarios.

Para responder el OE3 se realizó dos matrices.

*Matriz 4. Matriz de observación.*

Categoría	Texto/video	Mención
Selección de noticia		
Ponderar su relevancia		
Fuentes primarias		
Fuentes secundarias		
Contextualización		
Categorización/ calificación.		

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez (2023).*

**Primera columna:** En la columna se plasma la metodología con la que las noticias de los dos medios digitales se someterán a evaluación.

**Segunda columna:** En ella se plasma el tipo de formato, este puede ser texto, imagen o video. Además, en la misma columna se localizan los registros corroborados según el cumpliendo que tenga la nota verificada con la metodología.

**Tercera columna:** En este apartado se encuentran las menciones que los medios digitales hacen referente a la noticia.

*Matriz 5. Matriz de análisis.*

TEMA	Nota 1.	Nota 2.	Nota 3.
Video			
Imágenes			
Multimedia			
Interactividad			
Hipertexto			
Like			
Comentarios			

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez (2023).*

**Primera columna:** En esta columna se plasma los diferentes formatos visuales y los componentes correspondientes a la multimedia.

**Segunda, tercera y cuarta columna:** En ella se plasma las notas verificadas por los dos medios digitales para someterse a revisión.

Para corroborar con los resultados obtenidos se recurrió a la técnica de la entrevista a profundidad, ya que una entrevista es capaz de producir en el momento de recoger información. Para Cazau P, (2006), una entrevista es: “una situación en la cual el investigador y el o los entrevistados mantienen un diálogo cara a cara con el fin de obtener datos para una investigación” (pág.21). Por otro lado, se alude que el entrevistado debe ser un profesional de la comunicación, un especialista en temas de verificación o conocedor de las técnicas del Fact-Checking, para ello, la investigación se plantea una entrevista estructurada.

## Resultados

El periodismo digital ha sido sin duda un desarrollo en la que muchos profesionales del ámbito han tenido que perfeccionar sus técnicas y llevarlas al campo para aplicarlas en las verificaciones, esto ha implicado logros significativos al momento de contrarrestar la desinformación.

A continuación se muestra la metodología de los medios de comunicación digitales Chequeado y Ecuador-Chequea, cabe enfatizar que, las mismas están plasmadas en la página Web de cada medio.

**Tabla 1**

*Metodología de selección y verificación de las noticias en los medios de comunicación analizados*

Chequeado	Ecuador-Chequea
1) Seleccionar una frase del ámbito público	1) Monitoreo y selección de frases o contenidos verificables
2) Ponderar su relevancia	2) Confrontación de la frase seleccionada con la fuente original.
3) Consultar a la fuente original	3) Contextualización del enunciado seleccionado con base en los datos oficiales e independientes que existan sobre la materia.
4) Consultar a la fuente oficial	4) Ampliación cualitativa de los datos verificados con el aporte de académicos, investigadores y analistas para ampliar la apreciación y discernimiento de la información.
5) Consultar a fuentes alternativas	
6) Ubicar en contexto	
7) Confirmar, relativizar o desmentir la afirmación	
8) Calificar.	

*Fuente.* Chequeado, Ecuador-Chequea.

La metodología de ambas plataformas digitales utilizan varios pasos posteriores a su selección; sin embargo, como se muestra en la Tabla 1, Ecuador-Chequea basa sus pasos en 4

secciones, a comparación de Chequeado, que lo realiza basándose en 8 pasos. No obstante, dentro de sus metodologías se puede evidenciar que las temáticas y sus filtros en el tratamiento de las mismas se asemejan entre las dos plataformas.

Por ello, en consonancia con la investigación, se optó por sistematizar las dos metodologías basándose en las cualidades y los fundamentos que cada paso tiene con el fin de obtener una sola metodología con la que la investigación pueda realizar su análisis. Con ello, la metodología se resumirían en 6 pasos.

En primer lugar como se muestra en la tabla 1, los dos medios digitales utilizan la selección como primer requisito para proseguir con la verificación. No obstante, Chequeado, tiene como segundo paso ponderar su relevancia de la noticia, lo que en Ecuador-Chequea dentro de su metodología no lo menciona, es por ello que, en consonancia con la investigación correlacional a la que sujeta este artículo se tomará en cuenta como segundo paso el ponderamiento y la relevancia de la noticia seleccionada para su verificación, esto, con el fin de poder medir su valorización y su utilización dentro del análisis de investigación de los medios.

Asimismo, como se evidencia en la tabla 1 las dos plataformas utilizan la fuente original para proseguir con el tratamiento de su metodología, es por ello que, como tercer paso estará articulado a la utilización de fuentes originales para la verificación. Posterior a ello, también se muestra que como cuarto paso, es importante contrastar las fuentes alternativas con las que el medio podrían trabajar. Como quinto lugar, y como se evidencia en la tabla 1, la contextualización es importante incluir en la metodología de los dos medios digitales, es por ello que, como sexto y último paso, estará sujeta a la calificación y categorización de la noticia para posteriormente ser difundida dentro de las plataformas.

A partir de ello, la metodología que se pondrán en análisis, queda resumida en 6 pasos claves contextualizados desde los dos medios digitales seleccionados para esta investigación. Los pasos son:

- 1) Selección de la noticia
- 2) Ponderar su relevancia
- 3) Utilización de la fuente original
- 4) Contrastación de fuentes alternas
- 5) Contextualización
- 6) Calificación y categorización

Posteriormente se muestra las calificaciones con las que los dos medios digitales Chequeado y Ecuador-Chequea realizan sus verificaciones, cabe enfatizar que cada categoría conlleva consigo sus atributos y argumentos basados en la teoría de la misma. Además que estas responden al mapeo realizado desde el 28 de marzo del 2023 hasta el 28 de junio del 2023.

**Tabla 2**

*Verificación según las categorías de las plataformas Chequeado y Ecuador-Chequea.*

Categoría	Chequeado		Ecuador-Chequea	
	Publicaciones	%	Publicaciones	%
Falso	14	56%	114	50,7%
Explicador	4	16%		
Fuera de contexto	1	4%		
Engañoso	1	4%	46	20,4%
Verdadero/Cierto	4	16%	30	13,3%
Discutible	1	4%		
Inverificable			4	1,8%
Impreciso			26	11,6%
Sátira			5	2,2%

Total	25	100%	225	100%
-------	----	------	-----	------

*Elaborado por:* Marco David Terranova Ordoñez (2023).

Se puede evidenciar tal y como muestra la tabla 2 que; las dos plataformas tienen una relación similar para categorizar los contenidos que son; falso, engañoso y verdadero o cierto. Sin embargo, a pesar de su relación entre las mencionadas categorías, los dos medios de comunicación digitales tienen otras distintas con las que denominan a cada desinformación verificada según su tratamiento previo. Además, como se puede constatar, existe una gran diferencia en las publicaciones que estos dos medios han realizado; En este caso, Chequeado en los meses de observación posteo 25 verificaciones de distintas categorías, lo que Ecuador-Chequea posteo 225 publicaciones de distintas categorías; es decir, se muestra una gran diferencia en las publicaciones realizadas por cada medio.

Asimismo, como muestra la tabla 2 para Chequeado y Ecuador-Chequea, la categoría falso es la más utilizada por los dos medios, pues, tal y como se observa en el cuadro, esta categoría conlleva una significativa diferencia en porcentajes ante las demás, cabe señalar que, el porcentaje se deriva del total de las publicaciones realizadas por los dos medios digitales. Por otro lado, se puede constatar que, para Chequeado, durante la observación, distintas categorías han tenido el mismo porcentaje durante los meses de análisis, dejando así el 16% para la categoría explicador y verdadero, y un 4% para las categorías fuera de contexto, engañoso y discutible.

Con respecto a Ecuador-Chequea, se puede evidenciar que durante el tiempo de recolección de datos ha tenido diferentes hechos que verificar y categorizar. En este caso, la categoría engañoso otorgada el 20,4% ha sido otra de las más usadas para las verificaciones dentro del medio, con ello, como lo muestra la tabla 2 la categoría cierto que conlleva el 13,3% también fue una de las utilizadas constantemente, no obstante, hay que señalar que; la categoría



impreciso con un 11,6% le sigue en consonancia, dejando en evidencia que, la categoría sátira obteniendo el 2,2% y inverificable con el 1,8% fueron de las menos usadas durante la investigación.

Del mismo modo, se muestra las temáticas que fueron verificadas por los dos medios digitales Chequeado y Ecuador-Chequea durante la recolección de datos sujeta desde el 28 de marzo del 2023 hasta el 28 de junio del 2023.

**Tabla 3**

*Clasificación de los temas según las categorías de cada medio digital.*

Categoría	Chequeado	Ecuador-Chequea	Total
IA	1	2	3
Salud	3	11	14
Farándula	1		1
Política	5	115	120
Sociedad	7	47	54
M. Ambiente	1	16	17
Alimentos	2		2
Economía	3	4	7
Tecnología	1		1
Seguridad	1	6	7
Inseguridad		16	16
DD.HH		1	1
Internacional		3	3
Deporte		1	1
Migración		3	3
Total	25	225	250

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez (2023).*

Como se muestra en la tabla 3, las verificaciones en cada medio conllevan similitudes y diferencias en las temáticas a tratar, entre las similares se encuentra la categoría Inteligencia

Artificial, salud, política, temas sociales, naturaleza, economía y seguridad; sin embargo, como se lo demuestra, los temas relacionados con política y temas sociales fueron los focos de atención para los medios digitales durante los meses de observación, ya que como se evidencia estos conllevan la mayoría de noticias verificadas dentro de las plataformas.

Asimismo, se pudo observar que Chequeado también verificó hechos relacionados con farándula, alimentos, tecnología y seguridad. Lo que a diferencia de Ecuador-Chequea que se evidenció que verificó hechos relacionados con la inseguridad, los DD.HH, temas internacionales, deporte y migración.

Cabe señalar que en el marco de la investigación que tuvo inicio el 28 de marzo del 2023, dentro de la plataforma Instagram, Chequeado empezó con una cantidad de 1,040 publicaciones, 78.6 mil seguidores y 31 seguidos, lo que al finalizar la investigación el 28 de junio del 2023 la red social Instagram terminó obteniendo 1,090 publicaciones, 82.2 mil seguidores y 29 seguidos. Por otro lado, Ecuador-Chequea empezó la investigación con una cantidad de 4278 publicaciones, 4360 seguidores y 24 seguidos, lo que al concluir la recolección de datos, la plataforma determinó 4633 publicaciones, 4528 seguidores y 24 seguidos.

En conformidad con la investigación, en la que se centra en indagar los hechos verificados por las dos plataformas en relación con la Inteligencia Artificial, se evidencia que los dos medios de comunicación digitales tuvieron el interés en corroborar dichas noticias. En el caso de Chequeado, obtuvo una publicación en relación con la IA que fue difundida el 28 de marzo del 2023, por otro, lado Ecuador-Chequea verificó 2 hechos noticiosos en relación con la IA, estos mismos fueron publicados el 21 de abril del 2023 y el 24 de abril del 2023.

#### **Tabla 4**

*Registro del contenido relacionado a la inteligencia artificial en la plataforma Instagram.*

TEMA	IA-Fotos de Trump y el Papa	IA-Captura de Felipe Calderón	IA-Papa visita Ecuador
Video	X		
Imágenes	X	X	X
Multimedia	X	X	X
Interactividad	X	X	X
Hipertexto	X	X	X
Like	1617	3	9
Comentarios	31	0	0

*Nota.* La primera noticia corresponde a la verificación realizada por Chequeado, mientras que las dos consiguientes responden a las publicaciones hechas por Ecuador-Chequea.

Como se muestra en la tabla 4 los contenidos difundidos por las dos plataformas responden a las características de la multimedia; es decir, tienen imágenes, sonidos, interactividad e hipertextos que los llevan a vincularse y explorar más contenidos. Sin embargo, la publicación hecha por el medio digital Chequeado muestra una gran diferencia en torno a la interacción con la audiencia, obteniendo 1617 likes, a comparación de Ecuador-Chequea, que en las dos publicaciones realizadas obtienen 9 likes, dejando una diferencia ante el medio digital Chequeado. No obstante, dentro del mismo marco, y como se expone en la tabla 4, los comentarios también fueron un factor en la interactividad con la audiencia; sin embargo, Ecuador-Chequea en las publicaciones que efectúa no obtiene comentarios, a diferencia de Chequeado, que obtiene en la misma publicación 31 comentarios, dejando el formato en video como un factor a considerar dentro de la realización de contenidos.

### **Tabla 5**

*Verificación de la metodología del Reel realizado por Chequeado el 28/03/2023 en la plataforma Instagram.*

Categoría	Segundos	Mención
Selección de noticia	0.01s	“estas fotos de Trump siendo arrestado y del Papa

		Francisco llevando una campera, son falsas”
Ponderar su relevancia	0.14s	“el objetivo es crear imágenes falsas pero creíbles”
Fuentes primarias	0.22s	“el tw original con las supuestas fotografías fue publicado por Eiot Higgins”
Fuentes secundarias	1,06s	“el MIT Media Lab de EEUU aconseja también prestar atención a la cara de quien aparece en el video o en la imagen”
Contextualización	0,09s	“Son imágenes manipuladas o generadas sintéticamente con tecnología basada en IA”
	0,41s	“Tanto estas fotos como las de Trump, se crearon utilizando Midjourney”
	0,29s	“él las publico en tw con la frase “haciendo fotos de Trump mientras espero que Trump sea arrestado”
	0,55s	“Una manera es mirarle las manos a la persona que aparece en el contenido”
Categorización/ calificación.	0,03s	“son falsas”

---

*Nota.* El Reel es un referente y una herramienta para la creación de contenidos en Instagram.



Como se muestra en la tabla 5 el video publicado por el medio digital Chequeado obtiene un nivel de cumplimiento metodológico satisfactorio, cumpliendo con todos los pasos que Fact-Checking propone; no obstante, la tabla 5 arrojó como resultado que la contextualización predomina en la difusión de la noticia, es así que para la nota se utiliza 4 veces dicho paso, cabe recalcar que, la contextualización lo hacen en distintos tiempos dentro del video, es decir no tiene un orden cronológico.


Por otro lado, cabe señalar que el Reel se encuentra acompañado de un texto informativo referente a la noticia verificada por el medio digital Chequeado, como se muestra posteriormente en la figura 1. Por ello, dentro del análisis investigativo es esencial distinguir sus diferencias y


sus partes en la construcción de la redacción, con el fin de corroborar el nivel de cumplimiento que tiene la redacción con la metodología del Fact-Checking.


### Figura I

*Redacción de la nota realizada el 28 de marzo del 2023*

chequeado  Estas fotos de Trump siendo arrestado y del Papa Francisco llevando una campera son falsas 

 Circularon en redes sociales imágenes que muestran al ex presidente estadounidense Donald Trump siendo arrestado por la policía.

 Días después se vio una imagen de Jorge Bergoglio con una campera. Varios usuarios preguntaron si se trataba de una imagen real y otros la compartieron como si fuera verdadera.

 Sin embargo, las imágenes son falsas y fueron creadas con inteligencia artificial. En este video, te contamos cómo fueron generadas y

*Fuente.* Tomado de Chequeado (2023).

A partir de ello, se procede a realizar la verificación de la redacción en donde se toma las frases que compone la metodología según sus partes.

### Tabla 6

*Verificación metodológica del texto publicado por Chequeado.*

Categoría	Texto	Mención
Selección de noticia	X	“estas fotos de Trump siendo arrestado y del Papa Francisco llevando una campera, son falsas” “Días después se vio imágenes de Jorge Bergolio con una campera”
Ponderar su relevancia	X	“Circularon en redes sociales imágenes que muestran al expresidente Donald Trump siendo arrestado por la policía”
Fuentes primarias		
Fuentes secundarias		
Contextualización	X	“Circularon en redes sociales imagen que muestran al

Categorización/ calificación.	X	expresidente estadounidense siendo arrestado por la policía” “Sin embargo las imágenes son falsas y fueron creadas por IA”
----------------------------------	---	---

*Nota.* La redacción en los contenidos es fundamental, ya que da paso a la comprensión del lector.

Con respecto a la tabla 6 la redacción muestra una considerable diferencia ante lo visual, pues, la utilización de fuentes primarias y fuentes secundarias en el discernimiento del texto no son utilizadas, por lo tanto, la categoría 1, 2, 5 y 6 dentro de este esquema son importantes para la elaboración del texto. No obstante, la tabla 6 también demostró que el texto redactado por el medio digital en la 1.ª Categoría seleccionó dos diferentes noticias referentes a la Inteligencia Artificial, usando dos personajes distintos para dar paso al contexto de la nota.

A continuación, en torno a la publicación realizada por el medio digital Ecuador-Chequea el 21 de abril del 2023, se procede a verificar la redacción de la misma, Pues, el medio digital hace uso del texto para interactuar con la audiencia, como se muestra en la figura 2. Sin embargo, dentro la misma utiliza una imagen como recurso comunicativo, esta se la analizará posteriormente, con el fin de tener dos visiones dentro del mismo marco de estudio.

## Figura II

*Redacción de la nota realizada el 21 de Abril del 2023.*

ecuador\_chequea El 10 de abril, en Twitter se publicó una imagen en la que se asegura que reportan la captura del expresidente de México, Felipe Calderón y que se lo llevará al Centro de Estancia Temporal de Inmigrantes (CETI). Calificamos este contenido como falso. La imagen fue generada por inteligencia artificial (IA).

La imagen sobre la supuesta captura de Calderón fue publicada en la cuenta de Twitter del periodista Oscar Balmen el pasado 24 de marzo. Sin embargo, en la descripción del post sólo señala: "Sí, por favor", sin ninguna información.

Además, se ha realizado una búsqueda de información sobre la supuesta detención del expresidente mexicano y no se encontró ningún reporte de ningún medio nacional ni internacional sobre el supuesto hecho.

*Fuente.* Tomado de Ecuador-Chequea (2023).

**Tabla 7**

*Verificación metodológica de la redacción hecha por Ecuador-Chequea el 21/03/2023 en la plataforma Instagram.*

Categoría	Texto	Mención
Selección de noticia	X	“El 10 de abril en Tw se publicó una imagen en la que se asegura que reportan la captura del Expresidente de México”
Ponderar su relevancia		
Fuentes primarias	X	“Oscar Balmen”
Fuentes secundarias		
Contextualización	X	“se lo llevará al centro de estancia temporal de inmigrantes” “la imagen fue creada por IA” “Además, se ha realizado una búsqueda de información sobre la supuesta detención del expresidente Mexicano y no se encontró ningún reporte”
Categorización/ calificación.	X	“Falso”

*Elaborado por: Marco David Terranova Ordoñez (2023).*

En el análisis de la tabla 7 Ecuador-chequea mostró que la ponderación de relevancia y la utilización de la fuente secundaria no son aplicables en cuya redacción hecha por el medio; sin embargo, las categorías 1, 3, 5 y 6 sí fueron utilizadas. No obstante, dentro de la nota, la contextualización predominó en la redacción a comparación de los demás, utilizando 3 veces dicho paso.

En consecuencia se procede a examinar la imagen correspondiente a la misma noticia relacionada con la figura 2.

**Tabla 8**

*Verificación metodológica de la imagen publicada por Ecuador-Chequea el 21 de abril del 2023 en la plataforma Instagram.*

Categoría	Imagen	Mención
Selección de noticia	X	“Se reporta la captura de Felipe Calderón en España”
Ponderar su relevancia	X	“Captura de Felipe Calderón en España”
Fuentes primarias	X	“@Jesus”
Fuentes secundarias		
Contextualización		
Categorización/ calificación.	X	“Falso”

*Nota.* La imagen es usada como recurso comunicativo para transmitir mensajes a la audiencia.

La tabla 8 demostró que, la utilización de fuentes secundarias y la contextualización, no fueron pasos a tomar en cuenta dentro de la construcción de la imagen, dejando como resultado un bajo nivel de cumplimiento de la metodología del Fact-Checking. Por otro lado, en la utilización de la fuente primaria, el medio señaló una distinta a la del texto que muestra en la tabla 7, causando una interrogante en la fuente primaria.

En cuanto a la nota hecha por el medio digital Ecuador-Chequea el 24 de abril del 2023, se ejecuta el mismo análisis de verificación metodológica, en donde previamente se corrobora que utilizan de igual forma el texto para interactuar con el usuario, como muestra la figura 3, y asimismo recurren a la utilización de la imagen que posteriormente será puesta en examinación para corroborar el nivel de cumplimiento metodológico.

### **Figura III**

*Redacción de la nota realizada el 24 de abril del 2023*



**ecuador\_chequea** Ecuador vive una ola de inseguridad entre ataques, asaltos y secuestros. Por ejemplo, en la segunda semana de abril, se registró una masacre de nueve personas en el puerto pesquero de Esmeraldas.

Frente a estos hechos, la desinformación hace de las suyas. Pues, circula una publicación en Facebook, que afirma que el Papa Francisco visitará Ecuador y que lo hará con un chaleco antibalas y un arma de fuego en sus manos. Calificamos este contenido como sátira. La imagen fue hecha con inteligencia artificial.

Al realizar una búsqueda con la herramienta de Google Imágenes, encontramos varios resultados, que coinciden con la imagen del Pontífice. Sin embargo, estos sitios que han publicado la imagen corresponden a páginas que no son de Ecuador. También se pudo observar que la imagen se encuentra circulando en la web desde marzo.

*Fuente.* Tomado de Ecuador-Chequea (2023)

## Tabla 9

*Verificación metodológica del texto redactado por Ecuador-Chequea el 24 de abril del 2023 en la plataforma Instagram.*

Categoría	Texto	Mención
Selección de noticia	X	“circula una publicación en Facebook, que afirma que el papa Francisco visita Ecuador y que lo hará con un chaleco antibalas y una arma de fuego en sus manos”
Ponderar su relevancia	X	“Ecuador vive en una ola de inseguridad entre ataques, asaltos y secuestros”
Fuentes primarias		
Fuentes secundarias		
Contextualización	X	“en la segunda semana de abril se registró una masacre de 9 personas” “Frente a estos hechos la desinformación hace de las suyas “La imagen fue hecha con IA” “Estos sitios que han publicado la imagen corresponden a páginas que nos son de Ecuador” “Se pudo observar que la imagen se encuentra circulando en la red desde Marzo”

Categorización/  
calificación. X “Sátira”

*Elaborado por:* Marco David Terranova Ordoñez (2023).

Dentro de la tabla 9 se evidenció que, Ecuador-Chequea omite dentro de su redacción la categoría 3 y 4, correspondientes a las fuentes primarias y secundarias, las cuales dentro del esquema metodológico del Fact-Checking son relevantes; sin embargo, hacen énfasis en la categoría de la contextualización, utilizando 5 veces el mismo paso, dándole más cuerpo y más contexto a la nota. No obstante, no cumple con la información básica que requiere la metodología Fact-Checking

Posteriormente, se procede analizar la imagen que acompaña a la nota del 24 de abril del 2023.

### Tabla 10

*Verificación metodológica de la imagen hecha por Ecuador-Chequea el 24 de abril del 2023 en la plataforma Instagram.*

Categoría	Imagen	Mención
Selección de noticia	X	“El Papa Francisco visitará Ecuador armado y con chaleco antibalas”
Ponderar su relevancia	X	“El Papa Francisco visitando Ecuador”
Fuentes primarias	X	@Ecuarisa
Fuentes secundarias		
Contextualización		
Categorización/ calificación.	X	“Sátira”

*Elaborado por:* Marco David Terranova Ordoñez (2023).

Como se demostró, en la tabla 10, los pasos siguen teniendo vacíos, lo que provoca un bajo nivel de cumplimiento metodológico, en este caso, la fuente secundaria y la

contextualización son dos factores que no son incluidos en la metodología de Ecuador-Chequea; sin embargo, ocupan las categorías 1, 2, 3 y 6 para la construcción de la imagen. En este sentido, la tabla 10 muestra que dentro de la imagen no cumplen con la metodología completa.

Adicionalmente, para corroborar los resultados obtenidos del análisis de contenido y de la observación se realizó dos entrevistas a dos profesionales en el campo periodístico, la primera se trata de Karen Mantilla, quien es periodista de profesión y labora en el medio de comunicación digital Ecuador-Chequea, la segunda entrevistada se trata María José Ortega, quien es licenciada en comunicación y actualmente brinda sus servicios profesionales como periodista en el medio digital “La disputa”.

En dicha entrevista, Karen Mantilla señaló que el periodismo de datos es importante, además de que cualquier tipo de nota debe tener un registro hablado de data y números, con ello, sintetizó que, la data es importante, ya que permite tener datos más exactos con el objetivo de comunicar. Asimismo, María José Ortega considera que los datos son importantes para la producción de contenidos; sin embargo, enfatizó en que se debe verificar la procedencia de dicha data.

Por otro lado, Karen Mantilla afirma que la utilización de herramientas tecnológicas como lo son Google Lens, Yandex, FotoForensics son instrumentos que los periodistas deben apoyarse para la investigación, asimismo María José Ortega señala que, es importante revisar la línea editorial y las fuentes de donde proviene la noticia, además de observar si existe algún análisis previo de la temática o en su efecto recurrir a la utilización de la interacción con la audiencia, entrevistas a expertos o instituciones, con fin de tener sustentos en la investigación.

Asimismo, Karen Mantilla atestigua que, el Fact-Checking es importante no solo para el periodismo digital, sino también para cualquier tipo de periodismo. Por su parte, María José

Ortega afirma que el Fact-Checking es valioso para el periodismo digital, considera que las noticias deben pasar por un proceso del Fact-Checking, ya que de no hacerlo se corre el riesgo de consecuencias negativas, y afirma que no existiría un trabajo periodístico correcto.

No obstante, Karen Mantilla considera que es importante ir a las fuentes para corroborar la veracidad, y afirma que si no se verifica no sirve de nada ser periodista, por otro lado, María José Ortega considera que se debe observar y hacer un contraste de fuentes, además señaló que se debe dar más importancia a las fuentes que están relacionadas con líneas editoriales.

De igual forma, Karen Mantilla asegura que, es importante la multimedia, además, la gráfica, cómo diseños y cómo vayas a comunicar tu contenido, ya que es el enganche para que la audiencia se quede en tu noticia, asimismo, afirma que la audiencia quiere que todo esté respondido en el lead, por ende señala que se debe jugar con el titular y el lead. Igualmente, María José Ortega hace referencia en que dentro del periodismo no se puede saltar el contenido multimedia, además considera que se debe aprovechar de todas las herramientas que las redes sociales ofrecen, asimismo señala que en la actualidad no solo existe la posibilidad de hacer videos largos, sino también se puede hacer videos tipo diapositivas, esto con el fin de que haya mucho más tiempo de lectura del consumidor.

## **Conclusiones**

El presente estudio, que engloba como pregunta de investigación y objetivo general conocer la metodología del Fact-Checking dentro del quehacer periodístico en torno a los medios de comunicación digitales dedicados a la verificación de datos, determina que si bien el periodismo digital se encuentra sumergido en olas de desinformación, los medios digitales; Chequeado y Ecuador-Chequea tienen la labor de contrarrestar dichas informaciones erróneas a través de la metodología implementada por fundamentos y partes que el Fact-Checking propone.

Dicha metodología compone varios procesos que se deben cumplir; sin embargo, todas conducen a un mismo objetivo, en este caso, se puede constatar que la metodología es aplicable en 6 pasos fundamentales para la obtención de resultados, las cuales cumplen un orden jerárquico para la buena práctica metodológica, estas quedan resumidas de la siguiente manera; en primer lugar la selección de la noticia, los periodistas separan las noticias más relevantes y las que han causado impacto en la sociedad, por otra parte, los medios de comunicación digitales también centran el interés de corroborar los discursos políticos en los países en donde se encuentra cada medio digital, es así que, dentro la investigación se corroboró que, los temas en relación con la política, fueron los que más predominaron en las verificaciones hechas por los dos medios de comunicación digitales. Adicionalmente, hubo otras categorías en torno a los temas de verificación que los dos medios examinaron, entre ellas se encuentran: temas sociales, salud, medio ambiente, Inteligencia Artificial, economía, seguridad, inseguridad, alimentos, tecnología, farándula, DD.HH, internacionales, deporte y migración.

Como segundo paso, se comprueba que la ponderación de relevancia es un filtro crucial dentro de la aplicación metodológica, pues, a través de ello se certifica que la noticia tiene efectos dentro de la sociedad, además, es un puente metódico hacia los demás pasos.

El tercer paso metodológico es consultar la fuente original, ya que como se verifica en los resultados obtenidos, ir a la fuente original es fundamental para conocer la realidad completa; no obstante, también se corrobora que es crucial conocer las líneas editoriales para una mejor aplicación en la verificación de la noticia.

Es así que, como cuarto paso, es importante conocer las fuentes alternas, con el objetivo de conocer la realidad y poder contrastar la información con los datos procedentes de medios de comunicación, investigaciones o estudios realizados a expertos, esto, con el fin de obtener

diferentes perspectivas, y con ello, poder triangular la información y obtener resultados fundamentados y verídicos. A partir de ahí, se puede realizar el quinto paso metódico, el cual engloba la contextualización de la noticia, pues cómo se mostró durante la investigación, este paso predominó en las 3 verificaciones hechas por los medios de comunicación digitales Chequeado y Ecuador-Chequea.

Asimismo, como último y sexto paso está destinado a la calificación y categorización de las verificaciones. Las categorías con las que los medios califican a las noticias les permiten crear juicios de valor en las audiencias, ya que estas conllevan fundamentos teóricos que les permite evaluar parcialmente y no desde la perspectiva del medio de comunicación o la del periodista. Pues como se lo demuestra, la obtención de resultados es una base de data cuantitativa y cualitativa, y esta misma se obtiene de la investigación y la aplicación de la metodología del Fact-Checking.

Por otro lado, en la investigación aplicada se concluye que las categorías de calificación más usadas dentro del quehacer periodístico responden más a las desinformaciones falsas, es decir, que dentro de los entornos digitales existen muchos casos en las cuales la información errónea llega con más impacto en las audiencias, además, que son de las más replicadas por los mismos, es por ello, que se concluye que los usuarios son los más vulnerables a sufrir los efectos de la desinformación, por lo tanto, la metodología del Fact-Checking es importante ejecutarla no solo para los medios digitales, sino para cualquier tipo de trabajo periodístico e incluso para los consumidores mismos, ya que con ello, contribuyen a contrarrestar las consecuencias que la información errónea pueda causar.

A partir de ello, se corrobora que los medios de comunicación digitales Chequeado y Ecuador-Chequea tienen la labor de explicar cada detalle de la información obtenida por la

investigación realizada por los Fact-Checkers; es decir, deben revelar la procedencia de las fuentes primarias, secundarias, el sustento de la contextualización y el porqué de la calificación otorgada, pues como se lo ha señalado, dicha data es el resultado de la aplicación de la metodología del Fact-Checking, la cual, se basa de sustentos reales, esto con el objetivo de obtener una información veraz y auténtica, en donde el lector sienta la confianza que el medio de comunicación digital le brinda a través de una noticia verídica.

Por otro lado, la multimedia es un factor a tomar en cuenta para los medios de comunicación digitales Chequeado y Ecuador-Chequea, en donde el sonido, la imagen, el video y otros, son factores en la construcción de la noticia, pues como se ha demostrado en la investigación, los contenidos visuales atraen a la audiencia con más facilidad. Adicionalmente, el estudio investigativo arrojó que los videos son los formatos con más interactividad; sin embargo, dichos contenidos deben ir acompañados de una redacción, y para lograr que la nota tenga un buen contexto sustentado, es importante señalar en el titular y en el lead los datos más importantes obtenidos a través de la metodología del Fact-Checking. A partir de ello, en los medios de comunicación digital usados para la investigación se comprueba que en las 3 noticias verificadas, el título y lead si conlleva un gran porcentaje de información recolectada de la investigación hecha por los mismos, discerniendo en un solo párrafo lo que el lector desea saber a primera vista.

Asimismo, a pesar de que en las tres noticias verificadas por los dos medios de comunicación digitales dentro de la redacción no reflejan en su mayoría las fuentes primarias y secundarias, plasman dentro del contexto las plataformas y las herramientas de búsqueda que fueron utilizadas para el acercamiento con las mismas; no obstante, como la investigación se

centró en analizar el contenido y por ende el texto que lo acompaña, dejó como resultado un bajo nivel en el cumplimiento metodológico en torno a la redacción.

En conclusión, el Fact-Checking es una herramienta clave para el periodismo actual, el cual permite el realce profesional periodístico, tanto en los entornos virtuales, como en los tradicionales, es así que, esta metodología es el origen a un nuevo tratamiento periodístico, ya que como se corrobora, la aplicación es adaptable a las necesidades que los medios de comunicación necesitan; sin embargo, existe otro factor a tomar en cuenta, pues los entornos virtuales se modifican constantemente, es por ello que, el periodismo actual debe pensarse desde un nuevo punto de vista, puesto que la información que en la actualidad se imparte es inmediata e interactiva, es desde pensar que las capacitaciones que las organizaciones ofrece en torno a los nuevos retos que el Fact-Checking tiene en la actualidad, son importantes instruirlos, tanto para entornos digitales como para los tradiciones, por el hecho de que mientras una sociedad evoluciona, las desinformaciones y las noticias falsas también lo hacen constantemente, provocando nuevos retos para la labor periodística.

Además, las herramientas tecnológicas también son piezas claves para la obtención de resultados, pues el buen uso de los diferentes instrumentos virtuales, como lo son Google Lens, Yandex, FotoForensics, pueden contribuir a la investigación para que el periodista pueda recabar los datos de una manera inmediata y eficaz.

## **Referencias Bibliográficas**

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014).

*Metodología de la Investigación.* McGRAW-HILL / INTERAMERICANA



EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de Sexta Edición: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Bericat, E. (1998). La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social . En E. B. Alastuey, *Ariel Sociología* (págs. 1-179). Barcelona: Editorial Ariel, S.A.

Calvo E. y Aruguete N. (2020). Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo XXI. *revista noesis*, 347.

Cazau, P. (marzo de 2006). *Introducción a la investigación en Ciencias Sociales* (Tercera ed.). Buenos Aires. Obtenido de Tercera Edición: <https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/introduccion-a-la-investigacion-en-cc-ss.pdf>

Chequeado. (21 de Abril de 2023). *Estas fotos de Trump siendo arrestado y del Papa Francisco llevando una campera son falsas [ Imagen]*. Obtenido de Chequeado: [https://www.instagram.com/reel/CqWXXwSI6YA/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/CqWXXwSI6YA/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==)

Chequeado. (2023). *Trabajamos para revalorizar la verdad y elevar el costo de la mentira*. Obtenido de Chequeado: <https://chequeado.com/conocenos/>

Corrales García , F., & Hernández Flores, H. (2009). *La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478050.pdf>

- Daniela - culturizando.com. (11 de 03 de 2021). *The Daily Courant, el inicio del periodismo moderno*. Obtenido de Culturizando.com: <https://culturizando.com/la-historia-de-daily-courant-el-inicio/>
- Ecuador-Chequea. (24 de Abril de 2023). *El Papa Fancisco visitará Ecuador armado con chaleco antibalas [ Imagen]*. Obtenido de Ecuador-Chequea: [https://www.instagram.com/p/CrcAjdRuH6z/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/CrcAjdRuH6z/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==)
- Ecuador-Chequea. (21 de Abril de 2023). *Se reporta la captura de Felipe Calderón en España [ Imagen]*. Obtenido de Ecuador-Chequea: [https://www.instagram.com/p/CrUCBxLO4o2/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/CrUCBxLO4o2/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==)
- Flóres, C. (2018). *Periodistas en la era digital: innovación, desafíos y nuevas narrativas*. Buenos Aires, Argentina: Asuntos del sur. Obtenido de *Periodistas en la Era Digital: innovación, desafíos y nuevas narrativas*: <https://asuntosdelsur.org/periodistas-en-la-era-digital-innovacion-desafios-y-nuevas-narrativas/#>
- Franco, G. (2020). *CÓMO ESCRIBIR PARA LA WEB*. En G. Franco, *Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'* (págs. 18-178). Pointer Online.
- Gonzales, M. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. *Revista Internacional de Comunicación*(45), 29-52.
- González Portela, M., Ulloa Erazo, N., & Galarza Ligña, V. (Octubre de 2015). *Origen y evolución de los medios digitales en el norte de Ecuador*. *ResearchGate*, 2713-2743. Obtenido de ISBN-13: 978-84-15698-98-2 / D.L.: TF-719-2015/ DOI: 10.4185/cac90

- Hernández , A. (2018). Análisis de la metodología del fact-checking: Caso de Chequeado y Ecuador Chequea. *Universitas*, 4-43.
- Leticia Rodríguez, F. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 1-15.
- Loor, M. (2019). Los datos que interesan son los que cuentan una historia . En M. Loor.
- López Pan, Rodríguez Rodríguez, F. (2020). El Fact Checking en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 3(26), 1045-1065.
- Lotero Echeverri, G., Romero Rodríguez, L., & Pérez Rodríguez, A. (2018). ‘FACT-CHECKING’ VS. ‘FAKE NEWS’: PERIODISMO DE CONFIRMACIÓN COMO RECURSO DE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA CONTRA LA DESINFORMACIÓN. *index.comunicación*,, 295-316.
- Manovich, L. (2001). El lenguaje en los nuevos medios de comunicación. En L. Manovich, *The Language of New Media* (págs. 1-27). Buenos Aires : Paidós comunicación.
- Medina Uribe, P. (2019). Pistas para chequear: cómo hacer periodismo de verificación. En P. M. Uribe, *¿QUÉ ES LA DESINFORMACIÓN Y COMO COMBATIRLA?* (pág. 88). Bogota-Colombia: Opciones Gráficas Editoriales Ltda.
- Moreno-Gil, Salgado-de Dios, V. (2023). El cumplimiento del código de principios de la International Fact-Checking Network en las plataformas de verificación españolas. Un análisis cualitativo. *Revista de Comunicación*.
- Oliveira Paulino, Kaplún, Vicente Mariño, Custódio, F. ( 2020). Tradiciones de Investigación en Diálogo – Estudios sobre Comunicación en América Latina y Europa. En T. K. Cárdenas, *Las corrientes “funcionalistas”: de Los malentendidos hacia una relectura de sus aportes* (págs. 1-351). Portugal: Media XXI - Publicación, investigación y consultoría.

- Olivia, C, M. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL DEL CONOCIMIENTO. *Aposta. Revista de ciencias sociales*, 61, 1-30.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [ UNESCO]. (2022). *Una guía para principiantes para establecer una organización de fact-checking en América Latina y el Caribe*. Montevideo, Uruguay: UNESCO.
- Otzen, Manterola, T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. 35(1), 227-232.
- Rodriguez, R. (Marzo de 2021). *Fake News y los nuevos roles del periodismo: caso Reverso*. Obtenido de <http://repositorio sociales.uba.ar/items/show/2150>
- Rost, Bernardi, Bergero, A. (2016). *Periodismo transmedia la narración distribuida de la noticia*. Publifadecs.
- Rouhiainen, L. (2018). Inteligencia Artificial. En L. Rouhiainen, *101 cosas que debes hoy sobre nuestro futuro* (págs. 9-325). Barcelona: Editorial Planeta, S.A.
- Salas Abad, C. (30 de Abril de 2019). La primera fake news de la historia. *Historia y comunicación social*, 2(24), 411-431. Obtenido de Historia y comunicación social: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66268/4564456552454>
- Saltos Zambrano, M. N. (31 de agosto de 2017). *La importancia y necesidad de un departamento de fact checking (verificación) en los medios de comunicación. Estudio desde la experiencia del portal Ecuador Chequea*. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/8959/1/T-UCS-PRE-FIL-CCS-159.pdf>
- Scolari, C. (2018). Hipermediaciones. En C. Scolari, *Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* (págs. 13-295). Barcelona: Gedisa Editorial.

Suárez Villegas, J. (Julio de 2015). Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y Nativos digitales. *Revista profesional de la comunicación*, 24(4), 390-395. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.05>

UNESCO. (2018). *CORREO UN SOLO MUNDO, VOCES MULTIPLES*. Obtenido de Inteligencia artificial: entre el mito y la realidad: <https://es.unesco.org/courier/2018-3/inteligencia-artificial-mito-y-realidad>

Vizoso, Vázquez-Herrero, A. (2019). Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método. *Communication & Society*, 1(32), 127-144.