

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

vol. 10, núm. 19 (2023), 341-364

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.10.19.15>

Recibido el 30 de noviembre de 2022

Aceptado el 24 de febrero de 2023



Análisis de las propuestas educativas de las plataformas de *fact checking* en España, Italia y Portugal

Analysis of the educational proposals of fact checking platforms in Spain, Italy and Portugal

Ferreras Rodríguez, Eva María

Investigadora Independiente

eva.ferreras@gmail.com

Forma de citar este artículo:

Ferreras-Rodríguez, E. M. (2023). Análisis de las propuestas educativas de las plataformas de fact checking en España, Italia y Portugal. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 10(19), 341-364. <https://doi.org/10.24137/raeic.10.19.15>

Resumen:

En un entorno marcado por la normalización de la desinformación (Magallón-Rosa y Sánchez-Duarte 2021, p. 145) y con una preocupación ciudadana e institucional sobre las consecuencias de la misma urge implementar soluciones que refuercen la resiliencia de los públicos ante los desórdenes informativos. El *fact checking* y la alfabetización mediática son dos de las respuestas que más impulso han recibido desde las instituciones y como consecuencia la relación entre ambas disciplinas se ha estrechado Frau-Meigs (2022, p. 913). Los programas de alfabetización que diversas organizaciones de *fact checking* han puesto en marcha es uno de esos puntos convergentes entre dichas áreas. Desde esta

perspectiva planteamos un estudio exploratorio sobre las políticas de alfabetización que estas plataformas verificación han desarrollado en tres países europeos: España, Italia, y Portugal. La muestra se limita a aquellos verificadores acreditados por la International Fact-Checking Network en dichos países en octubre de 2022.

Palabras clave: desinformación, fact checking, alfabetización digital

Abstract:

In an environment marked by the normalisation of disinformation (Magallón-Rosa and Sánchez-Duarte 2021, p. 145) and with constant citizen and institutional concern about its consequences, it is urgent to implement solutions that reinforce the resilience of audiences in the face of information disorders. Fact checking and media literacy are two of the responses that have received most impetus from public institutions and as a result the relationship between the two disciplines has become closer Frau-Meigs (2022, p. 913). The literacy programmes that various fact-checking organisations have set up is one of these points of convergence between the two areas. From this perspective, we propose an exploratory study on the literacy policies that these verification platforms have implemented in three European countries: Spain, Italy, and Portugal. The sample is limited to those verifiers accredited by the International Fact-Checking Network in those countries in October 2022.

Keywords: Disinformation, fact checking, media literacy

1. INTRODUCCIÓN

La desinformación es un fenómeno amplio y cada vez más sofisticado y que cómo señala Frau-Meigs (2022, p. 912-913) “se ha convertido en un paradigma complejo donde segmentos específicos como la propaganda política, el *click-bait* comercial y ciberamenazas híbridas se unen a un flujo de noticias, redes y negocios en un entorno transfronterizo y transmedia”. Acontecimientos globales recientes cómo la pandemia provocada por la Covid-19 o la guerra de Ucrania, entre otros, han generado ingentes flujos de desinformación en múltiples formatos y redes. Así, cada vez es más complicado para los públicos diferenciar campañas deliberadas de desinformación, fraudes o

engaños frente a la información basada en hechos; lo que pone de manifiesto no sólo la sofisticación que la desinformación ha alcanzado, sino también la debilidad de nuestras sociedades en materia de alfabetización mediática. Según el Eurobarómetro correspondiente al invierno de 2021-2022, la desinformación es un problema para el 78 por ciento de los ciudadanos europeos encuestados. Esto agrava también la crisis de credibilidad de los medios puesto que la difusión de desinformación deslegitima a las fuentes verdaderas (Salaverría, 2021) (Baron y Crootof 2017, p. 15).

En este escenario urge implementar respuestas que refuercen la resiliencia de los públicos ante los efectos de la desinformación. Hasta ahora, las soluciones que se proponen giran en torno a varias líneas: verificación de contenidos (*fact checking*), legislación, alfabetización mediática, reforzar la credibilidad de los medios, regulación de las plataformas e investigación.

Las opciones más sólidas y visibles para contrarrestar sus efectos son el periodismo de verificación y la alfabetización mediática. La actividad de los *fact checkers* es ya un mercado estable dentro del sistema de medios en casi todos los continentes, a tenor de los datos facilitados por el informe del *Duke's Lab*, dónde se contabilizan 111 proyectos en Europa y más 350 activos en el mundo. En los últimos años, habían adquirido una gran visibilidad y durante la pandemia estas plataformas han intensificado su actividad; podríamos decir que han sido esenciales para contrarrestar la circulación de informaciones falsas y proporcionar información fiable (Brennen et al., 2020).

Al mismo tiempo, la alfabetización mediática se consolida más allá de sus circuitos tradicionales y se multiplican las iniciativas ofrecidas por instituciones públicas, privadas, organizaciones civiles o periodísticas para dotar a los públicos de las competencias necesarias y reforzar el papel de la educación como herramienta clave en la lucha contra la desinformación. En este sentido, sostiene Frau-Meigs (2022, p. 913) “que las nuevas oportunidades suscitadas por el auge de la desinformación han estrechado la relación entre ambos campos (periodismo y la educación)”.

Consideramos en esta contribución que una de esas ‘oportunidades’ que han acercado ambas disciplinas serían las propuestas educativas que las plataformas de verificación

ponen a disposición de los públicos y que es una tendencia emergente (Çömlekçi, 2022 p. 4564). Por ello, proponemos un estudio exploratorio sobre las citadas políticas de alfabetización de los verificadores en tres países del sur de Europa: España, Portugal e Italia. La elección se justifica atendiendo en primer lugar a que comparten sistema de medios, concretamente el modelo Pluralista Polarizado o Mediterráneo, descrito por Hallin y Mancini (2004, p. 25). Y en segundo lugar por razones idiomáticas. La muestra de verificadores se limitó a aquellos acreditados por la International Fact-Checking Network y así se garantiza que las plataformas comparten unos códigos comunes.

2. FACT CHECKING Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: PUNTOS DE CONVERGENCIA

La estrategia de la Unión Europea contra la desinformación involucra a numerosos organismos y comprende diversas iniciativas en las que se ha impulsado, entre otras respuestas, tanto la verificación como la alfabetización mediática. Así, por ejemplo, los *fact checkers* forman parte, junto con empresas tecnológicas, periodistas etc.... del Grupo de Expertos de alto nivel que en 2018 se constituyó para asesorar a la Comisión. El Plan de Acción Contra la Desinformación (2018) refuerza también los servicios de verificación, así como la implantación de políticas de alfabetización mediática; además, la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales establece la obligación de los estados de implementar contenidos de alfabetización mediática. A lo que se suman, la creación el Observatorio Social para el Análisis de la Información y los Medios de Comunicación¹ (SOMA) y la puesta en marcha el European Digital Media Observatory (EDMO) para establecer una red de centros de investigación sobre medios y recursos sobre verificación. Esta última iniciativa se ha traducido en ocho unidades de investigación regionales² e integra también el proyecto Iberifier³, liderado por el profesor Ramón Salaverría (Universidad de Navarra).

¹ <https://www.disinfoobservatory.org/>

² Formada por estos observatorios: IDMO (Italia), EDMO Ireland (Irlanda), BENEDMO (Países Bajos y Bélgica), CEDMO (Chequia, Eslovaquia, Polonia y Hungría), NORDIS (Finlandia, Suecia, Noruega y Dinamarca), EDMO BELUX (Bélgica y Luxemburgo) y DE FACTO (Francia)

³ <https://iberifier.eu/>

En este sentido, señala Frau Meigs (2022, p. 913) que para mitigar los efectos de los desórdenes informativos las políticas públicas han reforzado las respuestas “confiando en dos profesiones (...) el periodismo (...) y la alfabetización mediática”.

En principio el *fact checking* y la alfabetización mediática responden a lógicas diferentes. La verificación es una estrategia *debunking*, se produce después de que el mensaje llegue al destinatario mientras que la alfabetización digital se enmarca en las estrategias *prebunking*, es decir en actuaciones de carácter preventivo.

El *fact checking* en sus inicios dedicaba sus esfuerzos a chequear el discurso político, incluidos los procesos electorales actividad que se ha visto desplazada a medida que la desinformación en línea aumentaba (Graves y Mantzarlis 2020, p. 587). Al mismo tiempo se han ampliado las temáticas a verificar; ciencia y sanidad (Covid-19), inmigración, discursos de odio, teorías de la conspiración etc. En cuanto a su profesionalización tenemos que descartar la labor de la *International Fact checking Network* (IFCN) que provee de códigos a sus signatarios y le otorga una dimensión institucional (Frau- Meigs 2022, p. 915). Durante la crisis de salud la alianza *#DatosCoronaVirus Alliance* promovida por la IFCN desmintió más de 1.500 desinformaciones relacionadas con la pandemia (Posetti y Boncheva, 2021) al tiempo que se creaba un repositorio con las desinformaciones detectadas. Por otro lado, en Europa más de 40 verificadores han acordado un ‘Código Europeo de *Fact-Checking*’⁴, un documento que define las metodologías para ser reconocido como una organización independiente, imparcial y transparente. Entre los firmantes, ya adelantamos, que están la mayoría de las organizaciones (8) que analizamos como muestra (10).

Conviene reseñar que diversos verificadores del ámbito europeo, como *Maldita*, *Open* o *Polígrafo* entre otros forman parte de los chequeadores certificados por la IFCN que califican la información errónea que se divulga en *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp*.

Su profesionalización se deja ver también en las herramientas tecnológicas de las que hacen uso para abordar la identificación, verificación y difusión de su trabajo mediante

⁴ <https://eufactcheckingproject.com/app/uploads/2022/10/Eu-CODE-EFCSN-Espan%CC%83ol.pdf>

un vasto catálogo como constatan Westlund et al. (2022). Además, la crisis sanitaria causada por la Covid-19 provocó que diversas plataformas introdujeran innovaciones editoriales para mejorar la difusión de sus verificaciones (Sánchez González, 2022). A través de las verificaciones comparten con su audiencia conocimientos teóricos y prácticos en lo relativo a tipos de desinformación, dinámicas de circulación, procedimientos de verificación etc.... con un enfoque pedagógico. Así, la concepción del *fact checking* como una herramienta en si misma para la alfabetización de los públicos sería en primer punto de convergencia entre ambos campos. Según Lotero-Echeverri et al. (2018, p. 296) el *fact checking* es una “técnica sencilla y replicable a través de la cual se refuerza la competencia mediática de los ciudadanos y de los profesionales de la comunicación”. Del mismo modo, Kačínová, (2022) o Frau-Meigs, (2019) consideran que la comprobación de hechos es una herramienta clave para fomentar el pensamiento crítico y “la distinción entre información y desinformación o pseudoinformación” Kačínová (2022, p. 9). Encontramos asimismo contribuciones en las que se evalúa la efectividad de herramientas propias del *fact checking*, como InVID-WeVerify, en las aulas para promover la educación digital (Nygren et al., 2021).

La alfabetización mediática incluye un conjunto de habilidades esenciales para la participación de los ciudadanos en el entorno mediático actual en las que se fomenta el pensamiento crítico. En la academia se han utilizado otros términos para referirse a este tipo de educación: alfabetización informacional, educomunicación, alfabetización mediática, alfabetización digital... que efectivamente tienen diferentes matices (Sábada y Salaverría 2022, p. 21) y se desarrollaron como áreas de conocimiento diferentes. Sin embargo, hoy el enfoque interpretativo de estos conocimientos se enmarca en los desórdenes informativos (Freu-Meigs, 2022, p. 916) y todas esas alfabetizaciones múltiples se superponen (Roozenbeek et al., 2022, p. 7). Por otro lado, en estos momentos se abre paso una nueva interpretación, según la cual “es la propia ciudadanía la que debe formarse en el buen uso de los medios, para ser capaz de identificar la información rigurosa y distinguirla de las falsedades” (Sábada y Salaverría 2022, p. 20).

En este sentido señala Frau-Meigs (2022, p. 915) que la alfabetización mediática también ha sufrido un “proceso de profesionalización e institucionalización”, con

nuevos actores, como la Unión Europea, que en su Plan de Acción de Educación Digital (2021-2027)⁵ propone, entre otras actuaciones, un marco para abordar la desinformación con pautas y guías para docentes. Del mismo modo, la UE participa y apoya la creación de proyectos educativos contra la desinformación como Youverify⁶. Estos nuevos actores, empresas, medios de comunicación etc.... introducen herramientas innovadoras como los juegos en línea para concienciar acerca de la desinformación y ha sido estudiados por Gómez-García y Carrillo-Vera (2020) Roozenbeek y Van Der Linden (2019) o García-Ortega y García-Avilés (2020).

Explica Morejón (2020, p. 115) que el empleo de la alfabetización mediática contra la desinformación tiene sentido desde “la colaboración y cooperación (...) pues la alfabetización mediática no se puede considerar una herramienta que por sí sola funcione”. Así, la intersección entre el periodismo de verificación y la alfabetización mediática ha generado múltiples iniciativas independientes o en redes de colaboración. En España, por ejemplo, podemos citar el proyecto Learntocheck⁷, una propuesta pedagógica que ofrece recursos en abierto y colabora con diferentes entidades para impulsar la alfabetización. Por su parte, Desconfio.org, centra su labor en Latinoamérica y busca la capacitación en educación mediática en universidades de comunicación. Destaca también, el programa Media Wise del Instituto Poynter; una solución focalizada en formar a sectores del público más vulnerables como los adolescentes o personas mayores de 65 años.

Entendemos, por tanto, que el segundo punto de convergencia entre ambas disciplinas serían estas intersecciones. En los últimos años son muchas los verificadores que han implementado campañas de educación mediática y por ello en algunos circuitos profesionales y académicos se les denomina “*fact checking* de segunda generación” (Çömlekçi, 2022 p. 4564). Plataformas como *Chequeado* (Argentina), *África Check* (Sudafrica, Nigeria) *Bolivia Verifica* (Bolivia), *Full Fact* (Reino Unido) o *Agencia Lupa* (Brasil), entre otras, ofrecen programas educativos. Recientemente se ha constituido la

⁵ <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan/action-7>

⁶ <https://youverify.eu/es/project>

⁷ <https://learntocheck.org/>

‘Red latinoamericana de formadores en fact-checking’ liderada por la organización *Chequeado* y con el apoyo de Google News Initiative para capacitar en estrategias de verificación a profesores universitarios que después puedan replicar las formaciones.

A pesar de que la investigación sobre el periodismo de verificación ha sido ampliamente tratada desde una óptica más teórica (Ireton y Posetti, 2018; Humprecht, 2020) o desde el estudio de las plataformas de fact checking (Graves y Cherubini 2016; Ufarte, Anzera y Murcia, 2020) el perfil del profesional de la verificación (Herrero y Herrera-Damas; Ufarte-Ruiz et al., 2018), o su modelo de negocio (Esteban-Navarro et al., 2021), todavía son escasos los estudios que aborden su vertiente educativa, que es ya una “tendencia emergente” (Çömlekçi, 2022, p. 4564).

Así, Kuś y BarczyszynMadziarz (2020) han analizado las propuestas educativas de los verificadores en Polonia. Por su parte, Çömlekçi (2022) ha hecho lo propio con 12 organizaciones pertenecientes a la IFCN desde una perspectiva cualitativa. También forman parte de la citada red los 17 verificadores iberoamericanos cuyas aportaciones educativas han sido estudiadas por González y Gonzales (2022).

Por tanto, con ánimo de contribuir al avance esta línea de trabajo en este artículo se propone un análisis exploratorio sobre las iniciativas de alfabetización mediática ofertadas por los signatarios de la IFCN en España, Italia y Portugal.

3. DISEÑO Y MÉTODO

El periodismo de verificación en una tendencia global y Europa es una de las regiones que más ha profesionalizado y dónde sus instituciones avalan ampliamente su desarrollo. De hecho, en junio de 2022 la base de datos Duke Reporter’s Lab registraba 111 plataformas de *fact checking* en Europa. En una primera delimitación se optó por acotar la muestra a los países pertenecientes al modelo Pluralista Polarizado o Mediterráneo de sistemas de medios (Hallin y Mancini 2004), integrado por Portugal, España, Francia, Italia y Grecia. Finalmente, y por razones de espacio e idiomáticas la muestra se redujo únicamente a tres: España, Portugal e Italia. Según el citado repositorio en los países seleccionados están activos 14 plataformas; cinco en España e

Italia y cuatro en Portugal. En una segunda selección y con el fin de contar con una muestra homogénea se seleccionaron sólo aquellas iniciativas que forman parte de la *International Fact-Checking Network* (IFCN) del Poynter y por tanto cuentan con unos principios y estándares de calidad comunes. Se tuvieron en cuenta tanto las organizaciones firmantes en el momento de la recopilación de datos (octubre de 2022) como aquellas que se encontraban en proceso de renovación. La muestra quedó conformada por 10 organizaciones (Tabla 1). No se ha incluido *Facta.news* de Italia a pesar de que pertenece a la IFCN ya que se desarrolla bajo el paraguas de *Pagella Política* y su programa educativo es el mismo.

Tabla 1. Muestra de las organizaciones de *fact checking*

País	Organización	Tipo
España	<i>Maldita.es</i>	Fundación
	<i>Newtral</i>	Empresa mediática
	<i>EfeVerifica</i>	Medio/Agencia de prensa
	<i>Verificat</i>	Asociación sin ánimo de lucro
Italia	<i>Pagella Política/Facta</i>	Sociedad Limitada Independiente
	<i>LaVoce.info</i>	Medio /Información económica
	<i>Open Fact Checking</i>	Proyecto Periodístico (Sin ánimo de lucro)
Portugal	<i>Público</i>	Medio/Periódico
	<i>Observador</i>	Medio/Periódico
	<i>Polígrafo</i>	Medio/Fact Checking

Fuente: Elaboración propia

Además, *Maldita*, *Pagella Política*, *Observador*, *Polígrafo*, *Verificat*, *Newtral*, *OpenFact Checking*, *EfeVerifica* son firmantes del “Código Europeo de estándares para organizaciones de *fact-checking* independientes”.

El objetivo principal de esta contribución es identificar y caracterizar las políticas educativas que las citadas plataformas de *fact checking* ofrecen. A continuación, se especifican los indicadores a conocer:

- O1.** Identificar a las plataformas de verificación que cuentan con programas educativos y su estructura organizativa: presencia en sección web y equipo educativo.

O2. Determinar las características de los programas de alfabetización en cuanto a los siguientes puntos: catálogo de actividades, públicos y financiación

Los resultados nos permitirán de modo más general acercarnos a su rol cómo actores activos dentro de la alfabetización mediática, así como observar su grado de profesionalización o si es posible establecer patrones comunes entre los diferentes modelos.

3.1. MÉTODO

Este estudio exploratorio se apoya en una metodología mixta; combinando la perspectiva cualitativa y cuantitativa. Así, se ha utilizado un análisis de contenido web cuya primera fase se centró en la identificación los programas educativos. Posteriormente se registraron indicadores relacionados con las estructuras organizativas (sección web y equipo educativo), con la tipología de las formaciones ofertadas (formato y modalidad) públicos a los que se destinan y financiación.

Con el fin de confirmar y completar los datos obtenidos mediante el análisis web se diseñó un cuestionario con tres bloques de preguntas; equipos específicos (1), formaciones ofrecidas y públicos (2), financiación (3). En caso de no existir programa de alfabetización se preguntó acerca de las razones para ello y si se contemplaba como opción de futuro. El cuestionario se distribuyó a las organizaciones Google Forms (mayo y octubre de 2022). Se envió por correo electrónico a las divisiones educativas⁸ o responsables de dicha área⁹ y en otros casos se envió a la organización¹⁰. Se obtuvieron nueve respuestas, el diario portugués *Observador* fue el único medio que no atendió la petición.

4. RESULTADOS

4.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS Y ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS

De la decena de plataformas integrantes de la muestra seis cuentan con programas de alfabetización mediática. *EfeVerifica*, y *La Voce* no trabajan este tipo de contenido. En

⁸ Es el caso de *Newtral*, *Maldita*, *Verificat*.

⁹ En el caso de *Pagella Política* se envió directamente a su responsable de educación Pierre Paolo Salino

¹⁰ Cuando no fue posible identificar una dirección de e-mail de sus secciones educativas se envió a otras direcciones de la organización; es el caso de *Efe Verifica*, *LaVoce.info*, *Open Fact Checking*, *Público*, *Observador* y *Polígrafo*.

el caso de *EfeVerifica* “es una prioridad” implantar un programa educativo y trabaja con algunas organizaciones para ello. Mientras, el medio italiano *La Voce* muestra su disposición a implementarlo al tiempo que señalan “la falta de recursos y de personal” como dificultades para hacerlo. Por otra parte, cabe especificar que el verificador portugués *Polígrafo*, ve cómo prioridad la inclusión de este tipo de programas y de hecho forma parte del proyecto ya citado Iberifier. En la tabla 2 se especifica la estructura organizativa de las plataformas que sí desarrollan programas de alfabetización mediática.

Tabla 2. Estructura organizativa

Organización / Tipo	Programa educativo	Sección Web	Equipo específico
<i>Maldita</i>	Sí	Sí	Sí
<i>Newtral</i>	Sí	Sí	No
<i>Verificat</i>	Sí	Sí	Sí
<i>Público</i>	Sí	Sí	Sí
<i>Open</i>	Sí	No	Sí
<i>Pagella Política</i>	Sí	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia

Maldita ofrece este tipo de iniciativas desde 2018. El equipo está dirigido por la periodista Laura del Río¹¹ y formado por seis personas. En las actividades formativas también colaboran redactores de otras secciones. En la sección web, *Maldita Educa*¹², se recogen sus propuestas educativas, que serán caracterizadas en el siguiente apartado.

Por otro lado, *Newtral* desarrolla actividades educativas desde 2019 y dirige su división educativa Itziar Bernaola. No cuenta con un equipo como tal, sino que los miembros de la organización participan en los proyectos educativos de forma puntual. *Newtral Educación*¹³ es la sección de su web en la que podemos encontrar su oferta formativa.

¹¹Periodista y actualmente coordinadora de alfabetización mediática en Maldita.es. Ha impartido formación a jóvenes, personas mayores, formadores y público general. También ha enseñado verificación y fact-checking a periodistas y estudiantes de periodismo, entre otros en el Máster en Periodismo de Investigación de Maldita.es.

¹² <https://maldita.es/malditaeduca/>

¹³ <https://www.newtral.es/newtral-educacion/>

Verificat, por su parte, lanza su división educativa en 2020 que se denomina *Escola*¹⁴ y también está integrada en la estructura de su web. El equipo lo encabeza la periodista Roser Toll junto con otros seis miembros.

De las plataformas portuguesas incluidas en la muestra sólo *Público* lleva a cabo un programa de alfabetización mediática. Lo hace a través de dos proyectos *Público na escola* y *PSuperior*. La periodista Bárbara Simões es la coordinadora de esta unidad. Las secciones de ambos proyectos son accesibles desde la propia web del diario.

En Italia, *Pagella Política* desde 2020 participa en este tipo de iniciativas. Dentro de la organización existe un equipo específico para proyectos de alfabetización mediática. El gerente del mismo es Pierpaolo Salino y su director Giovanni Zagni. Desde la sección *Progetti* de su web se accede al listado de actividades.

La plataforma *Open.online* indicó en el cuestionario que cuenta con actividades de alfabetización y una unidad específica, formada por cuatro periodistas, dirigida por David Puente. Según sus respuestas, estas formaciones se llevan a cabo a través de las redes sociales. Tras una revisión tanto de la página web como de sus canales en Twitter e Instagram no se ha localizado ningún contenido que pueda considerarse como alfabetización mediática.

4.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS

La diversidad de actividades y/o contenidos formativos es considerablemente amplia, desde consejos o cajas de herramientas ofrecidas como contenidos en web en abierto hasta la colaboración/creación en Másteres universitarios. Para poder presentar los resultados (Tabla 3) de forma más clara se crearon tres categorías: actividades educativas no formales y ofrecidas en abierto; actividades formales que requieren registro y actividades centradas en el ámbito universitario/académico.

¹⁴ <https://www.verificat.cat/escola/es>

Tabla 3. Tipología de la oferta formativa

Organización	No formal / Abierto	Formal / Registro	Universidad / Academia
Maldita Educa	Contenido web	Cursos, mesas redondas, jornadas...	Participación en clases
	Contenido en redes: <i>Twitch</i>	InfoFormadores	Máster en Periodismo de investigación.
	Recursos	Recursos docentes	
	Newsletter	Cursos online	
	<i>Scape Room</i>	Iberifier	
Newtral Educación	Charlas/talleres	Media Wise	Cursos de fact checking
	Conferencias		Curso de verano
			Máster de Verificación
Escola/Verificat	Manual de <i>Fact Checking</i>	Desfake	Talleres
	Contenido web	Curso para administración	
	Consejos	Curso ciudadanía	
	Herramientas		

Organización	No formal / Abierto	Formal / Registro	Universidad / Academia
Pagella Política	Cursos	Gen Z	Spotted
	Conferencias		Fakespotting
Público	Cursos	PSuperior	
	Talleres	Publico na escola	

Fuente: Elaboración propia

Maldita Educa ofrece un amplio abanico de contenidos educativos. En su web podemos encontrar *post* divulgativos en relación con la desinformación o la verificación. Algunos ejemplos serían: ‘Qué hacer si hemos publicado o compartido una desinformación’, ‘videojuegos contra la desinformación’ o la ‘Caja de herramientas’. También publican con frecuencia vídeos en redes sociales como *Twitch* con una finalidad educativa. Dentro de la categoría de actividades educativas no formales y en abierto destaca también su *newsletter*. Por otro lado, han lanzado un juego realizado en colaboración con Intermon Oxfam, en formato *scape room* virtual.

En lo referente a las actividades clasificadas como educación formal encontramos cursos, conferencias o mesas redondas casi todas bajo registro a las que se puede acceder desde la sección Agenda. Se ha incluido también en esta categoría las formaciones ofertadas a públicos específicos como técnicos de inmigración, sanitarios, técnicos de juventud etc. Estas se llevan a cabo a través del Proyecto InfoFormadores que se desarrolla en colaboración con Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Dentro del mismo proyecto se ha creado un repositorio de recursos docentes, con guías didácticas, infografías o presentaciones. *Maldita* también organiza una serie de formaciones para periodistas sobre cómo funciona la desinformación y las técnicas y

herramientas para detectarla y verificarla dentro de las redacciones. La actividad está enmarcada en el proyecto Iberifier.

Por otro lado, también apuesta por la formación universitaria, participan en clases y talleres en varias universidades. Además, en 2021 se pone en marcha el Máster en Investigación Periodística, Nuevas Narrativas, Datos, Fact-Checking y Transparencia de la Fundación Maldita.es y la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). En el ámbito universitario, no podemos dejar de mencionar su departamento de Investigación Académica dedicado a “estudiar cómo se difunden los bulos, cuáles son los más peligrosos, qué impacto tienen en la sociedad y cuáles son las mejores maneras de detenerlos”.

Sobre los públicos a los que se dirige ya se ha adelantado que *Maldita Educa* presta atención a colectivos como docentes, técnicos de juventud, profesionales relacionados con la inmigración o periodistas entre otros. Una amplia gama de sus propuestas está pensada para los públicos generalistas, desde niños a personas mayores. Por otra parte, los contenidos en abierto, el juego o las publicaciones en redes como *Twitch* buscan alcanzar al colectivo más joven de la audiencia. En términos cuantitativos y según las estimaciones de la organización han alcanzado “a más de 7.000 personas en formaciones directas, charlas, cursos y talleres, más de 1,5 millones a través de las redes sociales; en la web con más de 50.000 suscriptores y 3 millones de páginas vistas al mes”.

Por último, todos estos programas se financian con la retribución económica de charlas, talleres o seminarios. Otra vía de financiación son las becas o concursos públicos que obtienen para desarrollar formaciones. La realización de este tipo de formaciones supone también ingresos para la organización.

Newtral Educa brinda también diversos cursos y talleres cuya información no aparece en su web, pero sí a través de su canal de Twitter: @Newtral_edu. En la sección tampoco se publica contenido divulgativo sobre desinformación o *fact checking*. En lo referente a cursos más formales esta plataforma ha sido la encargada en España de poner en marcha un programa educativo del Instituto Poynter dirigido al colectivo de mayores de 65 años. Se trata del programa *Media Wise* y que se lleva a cabo con el apoyo de Meta.

Consta de un curso por *WhatsApp* de 10 días de duración, con el fin de enseñar a los adultos a detectar estafas, bulos y noticias falsas en Internet y las redes sociales.

Además, esta organización ha firmado acuerdos con la Universidad Complutense y la Universidad de Barcelona para participar en cursos de verano. En el área universitaria destaca también el Máster en Verificación Digital, *Fact-Checking* y Periodismo de Datos de la Universidad CEU San Pablo y *Newtral*. En el plano académico explican en la sección que forman parte “en diversos proyectos de investigación con equipos multidisciplinares de las universidades de Barcelona, Cardiff o Bologna, entre otras”, pero sin más información al respecto.

En cuanto al alcance de los públicos parece dirigirse fundamentalmente a los jóvenes a tenor de las actividades que se promocionan en la sección ya que éstas son del ámbito universitario. En lo relativo a la financiación de estos programas no se ha facilitado información.

Por su parte, *Verificat Escola* plantea otro modelo de oferta; publicando contenido divulgativo en abierto y organizado en diferentes secciones; Aprende, Consejos, Herramientas y Entrevistas. Así, podemos consultar entradas como; ‘Aprende a detectar sesgos cognitivos’, ‘Cómo hacer una búsqueda inversa de imágenes’, etc.... También se puede descargar la guía ‘Manual de Introducción al *Fact Checking*’.

En cuanto a los programas más formales se presentan cuatro clasificados en función del público al que se dirigen. Destaca su proyecto *Desfake* destinado a la educación secundaria y bachillerato que cuenta con su propia plataforma¹⁵. *Desfake* está disponible para los centros educativo en varios formatos: Intensivo, trimestral (ambos presenciales), y formación online para el profesorado. Además, disponen de varias licencias de acceso a la citada plataforma; una licencia básica gratuita y otra avanzada en la que se proporciona materiales docentes adaptados y soporte de los formadores.

Su propuesta para el público universitario se basa en diferentes talleres y está pensada para ser impartida en cualquier asignatura relacionada con la información y las ciencias

¹⁵ <https://desfake.cat/>

sociales. Han trabajado con Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Ramon Llull.

Otro de sus programas educativos está dirigido a los profesionales y técnicos de comunicación de la Administración Pública y de empresas. Para un público más general ofrecen talleres a través de centros cívicos o asociaciones en los que se aborda el funcionamiento de la desinformación y se trabaja el uso crítico de las redes sociales.

Por tanto, sus propuestas abarcan una franja de público centrada en adolescentes y jóvenes. Mediante su capacitación para técnicos de comunicación en la Administración y en empresas se alcanzan sectores profesionales más específicos.

La financiación se obtiene a través de dos vías; subvenciones e ingresos por charlas o por las licencias de *Desfake*. Supone un ingreso para la organización “que no aporta gran rendimiento”.

En Italia *Pagella Política* no publica contenidos educativos en la web y aunque en el cuestionario afirman llevar a cabo conferencias y como parte de su labor educativa, lo cierto es que no se han encontrado referencias a las mismas en su web. Sin embargo, su modelo para trabajar la alfabetización mediática se basa en la participación en diversos proyectos internacionales en colaboración con otros socios.

En su sección *Progetti* se proporciona el acceso a las diferentes iniciativas relacionadas con la alfabetización mediática en los que toma parte. *Gen Z* es uno de ellos y su objetivo es promover la alfabetización digital en las escuelas.

También forma parte del proyecto *SPOTTED*¹⁶ (School Policies to Tackle and Detect fake news - School policy to combat fake news) se puso en marcha a finales de 2019 dentro del programa europeo *Erasmus+*. Su objetivo es proporcionar herramientas para evaluar y mejorar los niveles de alfabetización mediática en las escuelas. Se trata igualmente de un proyecto internacional y algunos de sus miembros serían Universidad Loyola

¹⁶ <https://spottedproject.org/>

Andalucía (España), Agencia Internacional de Consultoría y Movilidad (España), Instituto Europeo de Educación y Aprendizaje (Grecia), entre otros.

La última de las iniciativas que destacan en su web es *Fakespotting*¹⁷ que se centra en la mejora de la alfabetización mediática de docentes y estudiantes de ciclos de educación superior y universidades en varios países europeos. *Pagella Política* es uno de los nueve miembros del proyecto junto con Universidad de Bolonia (Italia), South East European University Tetovo (Macedonia del Norte), Universidad Loyola Andalucía (España), etc....

Cómo se ha visto las actividades descritas se enfocan en los públicos más jóvenes y en los docentes. Los costes para la organización se sufragan a través de la financiación que proporciona los propios proyectos y en ocasiones mediante acuerdos con fundaciones u organizaciones del tercer sector. Asimismo, estas colaboraciones son una fuente de ingresos para *Pagella Política*.

En Portugal, el diario *Público* mantiene otra estrategia diferente en lo relativo a la alfabetización digital. En su sección de *fact checking* 'Prova dos factos' no hay referencias a los contenidos educativos. Es necesario buscar en otras secciones como *Escola na Publico* o *PSuperior*. Esta última es una actividad enfocada a estudiantes universitarios y consta de dos secciones; Assinatura y Talks. La primera requiere suscripción y ofrece asignaturas anuales a los estudiantes universitarios. Desde Talks se brindan debates, charlas en formato vídeo que abordan tanto las competencias digitales de forma amplia como otras cuestiones educativas. En relación con nuestro objeto de estudio hay contenidos como 'O mundo digital, entre o excesso de informação, a desinformação e a banalização da informação'. En el programa colaboran Fundação José Neves, Fidelidade, Google, Bial, Porto Editora, Mediabrand, NTT Data y Fuel.

En el caso de *Público na Escola* es un proyecto con una cobertura educativa más amplia, aunque también se abordan las competencias digitales en relación de la desinformación; así el diario ha desarrollado una herramienta gratuita denominada TRUE que pretende facilitar la creación de periódicos *online* incidiendo en la contextualización y la selección

¹⁷ <https://site.unibo.it/fakespotting-project/en>

de fuentes como elementos esenciales para contrarrestar la desinformación. Se ha creado junto con la Universidad de Aveiro y la empresa de tecnología digital MOG.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En primer lugar, se constata el interés de las plataformas de verificación en la divulgación y puesta en marcha de prácticas y actividades de alfabetización mediática. Incluso los verificadores (*Polígrafo* y *EfeVerifica*) que todavía no han lanzado programas de formación declaran que se trata de una prioridad y el italiano *La Voce* considera la falta de recursos y personal cómo freno para su implantación. En lo referente a la estructura organizativa (O1), de la decena de plataformas estudiadas seis llevan a cabo iniciativas de formación y cuatro de ellas; *Maldita*, *Verificat*, *Pagella Política* y *Público* cuentan además con equipos profesionales específicos para estas labores y por supuesto con secciones en sus webs. *Newtral* cuenta en su site con la sección ‘Educación’, sin embargo, no cuenta con equipo específico, y las actividades formativas las realizan miembros de la redacción. Excepto *La Voce*, todos cuentan con secciones web dónde se recogen sus contenidos en esta materia, con diferentes nomenclaturas de las secciones *Escola* (*Verificat*), *Maldita Educa*, *Newtral Educación*, *Público na escola* y *PSuperior* (*Público*) y *Progetti* (*Pagella Política*). Cómo vemos los proyectos independientes de verificación, en caso exceptuando a *Público*, los más proclives a implantar este tipo de contenido. Esto está en concordancia con lo subrayado ya en investigaciones previas como los análisis de González y Gonzales 2022 y Kuś, y Barczyszyn-Madziarz, (2020).

En lo relativo a las características de estos programas (O2) se constata que la diversidad de actividades y/o contenidos formativos es considerablemente amplia, desde consejos o cajas de herramientas ofrecidas como contenidos en web en abierto hasta la colaboración/creación en Másteres universitarios. Los contenidos divulgativos menos formales se centran en post en redes, guías y cursos o similares de poca duración y enfocados fundamentalmente en la verificación. En este sentido, cabe mencionar, por su carácter innovador tanto la *newsletter* como el *scape room* de *Maldita*.

En el catálogo de actividades más formales encontramos gran disparidad, desde proyectos destinados a la educación secundaria como Desfake (*Verificat*), Gen Z (*Pagella Política*), Público Na Escola (*Público*) hasta Media Wise (*Newtral*).

Por otro lado, se confirma una presencia elevada de los verificadores en el ámbito universitario y académico. *Maldita* y *Newtral* cuenta con sendos másteres universitarios, además de participar en formaciones a universitarios o cursos de verano. *Maldita* forma parte del proyecto europeo Iberifier; del mismo modo, *Pagella Política* participa igualmente en dos proyectos de investigación de carácter internacional STOPFAKE y SPOTTED. El diario *Público* hace lo propio a través de su sección PSuperior.

Los programas están diseñados y enfocados fundamentalmente para un público joven. Pero también se atiende, en menor medida, a otro tipo de colectivos como personal de la administración o incluso periodistas. Esto demuestra el interés de las organizaciones por abarcar un amplio espectro de públicos.

Si atendemos a la financiación, cabe señalar que para plataformas como *Maldita* o *Verificat*, sus programas educativos son también una vía de ingresos. Y también en este punto se constata la colaboración con diversas entidades y organismos como una tendencia.

Se comprueba que cada plataforma implementa estos programas de alfabetización mediática con planteamientos muy diferentes, *Pagella Política*, por ejemplo, no publica contenidos en abierto y su modelo se basa únicamente en colaboraciones con proyectos universitarios internacionales. Sin embargo, todos comparten la conciencia de que la alfabetización mediática es clave para las sociedades contemporáneas.

La política de la Unión Europea en cuanto a la lucha contra la desinformación ha reforzado el papel del *fact checking* y de la educación mediática (Frau-Meigs, 2022), lo que también ha impulsado su profesionalización e institucionalización. Se trata de dos disciplinas que han encontrado en el fenómeno de la desinformación puntos de convergencia y colaboración cuyos desarrollos pueden ser más que prometedores para hacer frente al complejo ecosistema de la desinformación y aumentar la resiliencia de las sociedades ante este fenómeno.

Por último, el presente artículo de carácter exploratorio aborda un tema hasta ahora poco analizado desde la academia y puede ser el punto de partida para otros estudios. Sería interesante abordar esta cuestión en otros sistemas mediáticos y comprobar si existen condicionantes en los diversos modelos que favorezcan el avance de programas de alfabetización mediática por parte de las plataformas de verificación. Para futuras investigaciones también queda pendiente evaluar la efectividad de estos programas, así como profundizar en el análisis de los contenidos con criterios y paradigmas propios de la alfabetización mediática e informacional.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baron, S., y Crootof, R. (2017). Fighting Fake News. Floyd Abrams Institute for Freedom of Expression. *Yale Law School*. <https://cutt.ly/D8H0NcY>

Bélair-Gagnon, V., Graves, L., Kalsnes, B., Steensen, S., y Westlund, O. (2022). Considering Interinstitutional Visibilities in Combating Misinformation Introduction to Special Issue: Fighting Fakes: News Publishers, Fact-Checkers, Platform Companies, and Policymaking. *Digital Journalism*, 10(5), 1-10.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2072923>

Brennen, J. S. Simon, F., Howard, P., y Kleis Nielsen, R. (2020). Types, sources and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute. <https://bit.ly/3bRTA1H>

Çömlekçi, M. F. (2022). Why Do Fact-Checking Organizations Go Beyond Fact-Checking? A Leap Toward Media and Information Literacy Education. *International Journal of Communication*, 16, 21, 4563–4583.

De Cock Buning, M. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high-level group on fake news and online disinformation. Comisión Europea.

Esteban-Navarro, M.-Á.; Nogales-Bocio, A.-I.; García-Madurga, M.-Á.; Morte-Nadal, T. (2021) Spanish Fact-Checking Services: An Approach to Their Business Models. *Publications*, 9, 38. <https://doi.org/10.3390/publications9030038>

Frau-Meigs, D. (2022). How Disinformation Reshaped the Relationship between Journalism and Media and Information Literacy (MIL): Old and New Perspectives Revisited. *Digital Journalism*, 10(5), 912-922.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>

García-Ortega, A. y García-Avilés, J. A. (2020). Uso del diseño lúdico para combatir la desinformación: los newsgames como herramienta para la concienciación sobre los bulos. *Icono 14*, 19(1), 179-204. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i1.1598>

Gómez-García, S., y Carrillo-Vera, J. A. (2020). El discurso de los newsgames frente a las noticias falsas y la desinformación: cultura mediática y alfabetización digital. *Revista Prisma Social*, (30), 22-46.

González, M. S., y Gonzales, H. M. S. (2022). Fact-checkers como formadores: iniciativas de los iberoamericanos de IFCN. En: S. Fernández Lores (Coord.), *Escenarios digitales de la comunicación*. Gedisa.

Graves, L., y Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute. Oxford.

Graves, L., y Mantzarlis, A. (2020). Amid political spin and online misinformation, fact checking adapts. *The Political Quarterly*, 91(3), 585-591. <https://doi.org/10.1111/1467-923x.12896>

Graves, Lucas y Mantzarlis, Alexios. (2020). Amid Political Spin and Online Misinformation, Fact Checking Adapts. *The Political Quarterly*, 91(3), 585-591. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12896>

Herrero, E., y Herrera Damas, S. (2021). El *fact-checker* en español alrededor del mundo: Perfil, similitudes y diferencias entre verificadores hispanohablantes. En: *Revista De Comunicación De La SEECI*, 54(54), 49-77.

<https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e725>

Ireton, C., y Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. La Unesco.

Kačínová, V. (2022). Press agencies as fact-checking tools in media education on disinformation—a case study of the TASR in comparison with the APA: A case study of the TASR in comparison with the APA. *Medienimpulse*, 60(1).

<https://doi.org/10.21243/mi-01-22-13>

Kuś, M., y Barczyszyn-Madziarz, P. (2020). Fact-checking initiatives as promoters of media and information literacy: The case of Poland. *Central European Journal of Communication*, 13(2), 249–265. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2\(26\).6](https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2(26).6)

Lotero-Echeverri, G.; Romero-Rodríguez, L. M. y Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *Index.comunicación*, 8(2), 295-316.

Magallón-Rosa, Raúl (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Revista Más Poder Local*, 50, 49-65.

<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>

Magallón-Rosa, R., y Sánchez-Duarte, J. M. (2021). Information verification during COVID-19. Comparative analysis in Southern European Countries. *JANUS.NET e-Journal of International Relations*, DT, 143–156. <https://doi.org/10.26619/1647-7251.DT21.10>

Morejón Llamas, N. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contra las fake news. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 111–134. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v10i20.675>

Nygren, T.; Guath, M.; Axelsson, C.-A.W. y Frau-Meigs, D. (2021) Combatting Visual Fake News with a Professional Fact-Checking Tool in Education in France, Romania, Spain and Sweden. *Information*, 12. <https://doi.org/10.3390/info12050201>

Posetti, J., y Bontcheva, K. (2021). *Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation*. Paris, France: UNESCO

Roozenbeek, J., Suiter, J., y Culloty, E. (2022). Countering Misinformation: Evidence, Knowledge Gaps, and Implications of Current Interventions. *PsyArXiv*

<https://doi.org/10.31234/osf.io/b52um>

Roozenbeek, J., y Van Der Linden, S. (2019). The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation. *Journal of risk research*, 22(5), 570-580.

<https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1443491>

Sádaba, C. y Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

Salaverría-Aliaga, R. (2021). Entender y combatir la desinformación sobre ciencia y salud. Ministerio de Ciencia e Innovación, abril 2021, 1-25.

Sánchez González, M., Sánchez Gonzales, H. M., y Martos, J. (2022). Innovación editorial en redes sociales de los verificadores hispanos de la #CoronavirusFactCheck Alliance: contenidos y visión de sus responsables. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 135–161. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1535>

Ufarte-Ruiz, M. J., Anzera, G. y Murcia-Verdú, F. J. (2020). Plataformas independientes de fact-checking en España e Italia. Características, organización y método. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 23-39.

<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.3>

Ufarte-Ruiz, M.J., Peralta-García, L., y Murcia-Verdú, F.-J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *Profesional De La información*, 27(4), 733–741.

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>

Westlund, O., Larsen, R., Graves, L., Kavtaradze, L., y Steensen, S. (2022). Technologies and Fact-Checking. A Sociotechnical Mapping. En: J.C. Correira, P. Jerónimo y I. Amaral, (Eds.), *Disinformations Studies: Perspectives from An Emerging Field*. Communication Books: Universidade da Beira Interior.