



Comuni@cción

ISSN: 2219-7168

ISSN: 2226-1478

Universidad Nacional del Altiplano de Puno

Gutiérrez Atala, Fernando; Valdés Muñoz, Matías; Caamaño Fuentes, Sofía
Filtros de verificación y combate a la desinformación: estudio comparativo de la cobertura
periodística en medios tradicionales, independientes y alternativos de la Región del Biobío (Chile)
Comuni@cción, vol. 14, núm. 4, 2023, Octubre-Diciembre, pp. 312-323
Universidad Nacional del Altiplano de Puno

DOI: <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.4.930>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449877648003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Filtros de verificación y combate a la desinformación: estudio comparativo de la cobertura periodística en medios tradicionales, independientes y alternativos de la Región del Biobío (Chile)

Verification filters and fight to disinformation: comparative study of journalistic coverage in traditional, independent and alternative media in the Biobío Region (Chile)

Fernando Gutiérrez Atala^{1,a}, Matías Valdés Muñoz^{1,b} y Sofía Caamaño Fuentes^{1,c}

¹Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile

^aORCID: [0000-0003-2289-9224](https://orcid.org/0000-0003-2289-9224) E-mail: fgutierrez@ucsc.cl

^bORCID: [0009-0006-9855-5996](https://orcid.org/0009-0006-9855-5996) E-mail: mvaldes@periodismo.ucsc.cl

^cORCID: [0009-0009-9792-099X](https://orcid.org/0009-0009-9792-099X) E-mail: scaamano@periodismo.ucsc.cl

Recibido 09/08/2023

Aceptado 03/11/2023

Sección: Artículo Original

Resumen

El nuevo panorama mediático muestra que los medios de comunicación tradicionales han dejado de ser la principal vía de información para usuarios, los cuales han adquirido un nuevo rol en el que exigen ser un sujeto activo. El poco control y la rapidez del entorno digital ha impedido el correcto chequeo de contenidos, dando lugar a las denominadas *fake news*. En ese contexto, este estudio cualitativo estudió comparativamente los filtros de verificación utilizados por medios tradicionales, independientes y alternativos en la Región del Bío Bío, Chile. Por medio de entrevistas semiestructuradas a periodistas de 10 medios de comunicación, se observó que medios tradicionales e independientes no han profundizado en técnicas de verificación, aun cuando siguen ofreciendo garantías de calidad informacional, pues sus pautas de trabajo incluyen el contraste y análisis de datos. Mientras, los medios alternativos (periféricos, extrasistémicos) no cuentan con procesos de validación previa, guiándose netamente por lo que reciben de usuarios en redes sociales, lo que influye en la calidad del producto ofrecido y en la propagación de desinformación.

Palabras clave: Desinformación, filtros de verificación, medios tradicionales, medios independientes, medios alternativos, redes sociales.

Abstract

The new media landscape shows that traditional media are no longer the main source of information for users, who have acquired a new role in which they demand to be an active subject. The lack of control and the speed of the digital environment has prevented the correct checking of content, giving rise to the so-called fakes. In this context, this qualitative study comparatively studied the verification filters used by traditional, independent and alternative media in the Bío Bío Region, Chile. Through semi-structured interviews with journalists from 10 media outlets, it was observed that traditional and independent media have not gone deeper into verification techniques, even though they continue to offer guarantees of news quality, since their work guidelines include the contrast and analysis of data. Meanwhile, alternative media (peripheral, extra-systemic) do not have prior validation processes, being guided purely by what they receive from users in social networks, which influences the quality of the product offered and the spread of misinformation.

Keywords: Disinformation, verification filters. traditional media, independent media, alternative media, social networks.

Cómo Citar:

Gutiérrez Atala, F., Valdés Muñoz, M., & Caamaño Fuentes, S. (2023). Filtros de verificación y combate a la desinformación: estudio comparativo de la cobertura periodística en medios tradicionales, independientes y alternativos de la Región del Biobío (Chile). *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 14(4), 312-323. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.4.930>

Introducción

Los avances tecnológicos y digitales, la alta concentración mediática y la manipulación de los contenidos ha provocado en las audiencias una creciente pérdida de confianza y cambios de creencias y actitudes, que manifiestan una necesidad de cambio (Arroyo, 2014; Zarzuri, 2014; Lanusse y Martino, 2018, como se citó en Arano, 2021). Esta situación determina un complejo panorama informativo para medios de comunicación tradicionales (Natanson, 2014; Serrano 2020; Monje, Rivero y Zanotti, 2020) y aumenta el descontento hacia el sistema informativo tradicional y hegemónico.

Se observan altos niveles de concentración de propiedad, geográfica, de audiencias, convergente y conglomeral, que comprometen la diversidad de la oferta informativa y afectan a la libertad de expresión (...) Existe el denominador común de los cambios tecnológicos que afectan a la labor periodística; los altos niveles de concentración de los sistemas de medios que atraviesan por su parte una profunda crisis económica; y la retracción del Estado como productor de contenidos, adoptan la forma de una crisis. (Monje, Rivero y Zanotti, 2020, p. 18)

Sumado a este escenario que ya es crítico (Mayoral, Parrat y Morata, 2019), aparecen nuevos creadores que movilizan contenidos y acumulan audiencias en la red debido a la difusión de noticias dudosas u hechos engañosos o falsos que ponen en riesgo a las democracias a nivel mundial.

La proliferación de fake news, en especial mediante piezas pseudoperiodísticas, aumentó intensidad a las crisis cíclicas del periodismo, sumando gravedad al escenario de crisis económica y al proceso de adaptación de la industria al escenario digital construido alrededor de la galaxia internet. (Vásquez, Vizoso y López, 2019, p. 2)

Los llamados desórdenes informativos (o conceptos como fake news, desinformación, posverdad, etc.), corresponden a creaciones malintencionadas, que buscan generar confusión al mostrar hechos manipulados o directamente falsos (Del Fresno, 2019). Por eso, con este cambio en el panorama mediático, es necesario determinar si los medios realizan una verificación de hechos o fuentes que sea efectiva y determinar qué herramientas utilizan los medios de información en las plataformas digitales para enfrentarse a noticias falsas. Al estudiar estos elementos, será posible obtener una visión más acabada

con respecto a la actividad periodística, y permitirá comprender el nuevo rol que enfrenta el periodista en el contexto digital.

El objetivo general del presente estudio apuntó a estudiar comparativamente las herramientas de verificación de información utilizadas por medios tradicionales, independientes y alternativos de la Región del Biobío, describiendo la cobertura periodística en cada una de estas plataformas para conocer los filtros que influyen en el proceso de generación de información, estableciendo semejanzas y diferencias y ofreciendo una valoración cualitativa de la calidad del trabajo informativo en los medios tradicionales e independientes frente a las alternativas extrasistémicas.

Este artículo ofrece un análisis sobre los mecanismos que emplean periodistas, de distintos tipos de medios, en su tratamiento informativo, el cual ha debido transformarse y adaptarse al entorno digital y sus correspondientes desafíos, lugar en el que además aún se desconoce como trabajar con datos e informaciones ciudadanas, cayendo en la difusión de contenidos sin previa verificación ni comprobación de los hechos.

Para esto, la estructura de este artículo está organizada, primero, con la discusión bibliográfica, donde se presentan los antecedentes teóricos; con la metodología que describe las características de investigación; los resultados y discusiones que aparecen a partir de éstos; conclusiones obtenidas a partir de lo observado; y finalmente las referencias.

Discusión Bibliográfica

Plataformas digitales

Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se entienden según Tello (2008, como se citó en Pérez, 2015) como aquellas “tecnologías usadas para crear, almacenar, intercambiar y procesar información” (p. 5). Gracias a las TIC, nos encontramos a las Redes Sociales; entendidas como un espacio en donde se ven a “aquellas comunidades que se conectan a internet, o sea, son *online* (...). Son plataformas alojadas en internet que permiten que sus usuarios se relacionen entre sí y compartan sus intereses e información que les son comunes” (Zarzuri, 2014, p. 18). Éstas se han popularizado entre la población como un medio, no solo de difusión de información, sino que también como una nueva forma de interacción y cooperación con el consumidor para la producción y difusión de contenidos por medio de internet.

Para Castells (2005, como se citó en Gronemeyer, 2012, p.106) estamos viviendo “un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana”.

Esta revolución tecnológica, la cual impacta principalmente a los jóvenes, ha mostrado claras evidencias de nuevas prácticas comunicativas, donde los usuarios modifican sus conexiones gracias a sus dispositivos electrónicos. Esto se observa en el nuevo rol que han adquirido los consumidores, quienes actualmente forman parte activa en los procesos de producción, consumo y difusión de los contenidos digitalizados (Zarzuri, 2014). Al cambiar el rol del usuario, cambia su cultura de consumo informativo, sobre todo en las nuevas generaciones, las cuales “exigen ser un sujeto activo; ser un productor, tener un rol más activo, integrando (...) otros dispositivos electrónicos” (Zarzuri, 201, p. 17).

Estos cambios en el perfil del usuario han culminado en el cambio de sus preferencias informativas (Gronemeyer, 2012), hoy predominan aquellos medios que se adaptan a la digitalización, respondiendo eficazmente a la rapidez, entregando contenidos especializados que responden a sus intereses particulares y otorgando espacios de interacción indispensables para la cultura tecnológica.

Cambio de postura frente a la comunicación tradicional

314

Uno de los impulsores de este escenario crítico de los medios tradicionales fue la centralización y concentración de la información. Para Jiménez y Muñoz (2008) los medios de comunicación chilenos presentan un fuerte componente de pocas empresas concentradoras de la producción e ideología con intereses económicos:

Tienen una configuración, a nivel de estructura y funcionamiento, altamente concentrada, cohesionada e ideologizada. Al mismo tiempo esta concentración cuenta con una red de vinculaciones a nivel económico y político en todos los sectores de la sociedad, (...) Este fenómeno mediático sólo contribuye a mantener un status quo social que favorece a ciertos sectores económicos y políticos, los cuales sólo responden a sus propios intereses dificultando en gran medida cambios sociales de vital importancia que potencien el desarrollo tanto humano, local y regional de nuestro país. (p. 9)

La alta concentración de medios representa un riesgo considerablemente peligroso para la libertad de expresión, debido a la estructura de un “monopolio ideológico” en el mercado de medios que se caracteriza por la falta de pluralismo y por defender los intereses de la corporación (Corrales y Sandoval, 2005). Las decisiones son tomadas por las pocas personas que concentran el mercado de medios, quienes se ven beneficiados con sus ingresos y el control que ejercen (Ruiz-Tagle, 2011).

En el caso chileno, estos hechos fueron denunciados por la ciudadanía el 18 de octubre de 2019, cuando Chile presenció movilizaciones sociales impulsadas por una serie de hechos que debilitaron la estabilidad nacional. El llamado “Estallido Social”, caracterizado por protestas enfrentadas a nivel nacional, impulsadas por una crisis de confianza y credibilidad hacia un sistema democrático entero (Riffo, Basulto y Segovia, 2021). A partir de allí, la opinión pública de la sociedad chilena cambió de forma drástica y acelerada.

Este descontento generalizado hacia el sistema y medios tradicionales, dio lugar a la aparición de nuevas formas de comunicación, también gracias al nuevo contexto tecnológico, ya que, en este existe una “mayor agilidad” para entrar a los mercados. A través de la digitalización y sus plataformas, pequeñas empresas de comunicación han logrado instalarse como competidores frente a los grandes conglomerados en la producción de contenidos (Guerra, 2019).

Desórdenes informativos

Los llamados desórdenes informativos (o conceptos como fake news, desinformación, posverdad, etc.), son entendidos como “producciones intencionales cuya estrategia consiste en la fabricación de la duda y falsas controversias con el fin de conseguir beneficios económicos o ideológicos (...) dependen, de forma necesaria, de las tecnologías post Internet” (Del Fresno, 2019, p. 1).

Por su parte la desinformación consiste en la elección intencionada de información poco rigurosa, no verificada ni fundamentada. Con respecto al término García-Marín (2020) define: “la desinformación como aquel contenido fabricado y distribuido en masa que afecta la percepción de la sociedad con respecto a un comportamiento de un grupo de personas” (p. 6).

Ejemplo de ello es lo observado durante la pandemia por Covid-19, que desencadenó la utilización masiva de internet y redes sociales, aumentando la circulación de

noticias engañosas o falsas que buscaban desmentir la existencia del virus. Este hecho, estudiado por García-Marín (2020), vincula los desórdenes informativos con la crisis sanitaria, evaluando cómo las redes sociales y medios de comunicación han jugado un rol fundamental en la expansión de las narrativas fake, concluyendo que:

El objetivo de la falsa información no es reemplazar una información por otra, sino elevar la sombra de la duda y la desconfianza en los públicos de formar que todos los relatos parezcan sospechosos de ser falsos, aspecto que resulta muy perjudicial para la verdad” (p.3)

El periodismo ha tenido que convivir desde sus inicios con la mentira interesada, la deformación o manipulación de noticias, donde “la desinformación y las fake news han sido fenómenos recurrentes en la historia de la profesión periodística. Es nuevo el contexto socio profesional y tecnológico lo que permite una difusión masiva y rápida de contenidos falsos” (Mayoral, Parratt y Morata, 2019, p.395).

La ausencia de verificación y chequeo de información desarticulan el rol periodístico, y en un nuevo entorno que privilegia la rapidez, se deja de lado la calidad de los contenidos, factores perjudiciales para la reputación del periodista.

Filtros de verificación como herramienta contra la desinformación

Para hacer frente a la creciente difusión de desinformaciones, los periodistas necesitan contar con herramientas que les permitan filtrar o verificar los hechos que circulan en internet. Para López, Vives y Badell (2018):

Una fuente confiable, de referencia, sigue una serie de controles y validaciones que permitan garantizar la calidad de la información que se puede encontrar. A partir de la irrupción de internet, del blog, la web, etc., el monopolio de comunicar información se rompe y ya no sólo los editores de periódicos, revistas, libros o medios de comunicación tendrán la capacidad de emitir sus mensajes” (p. 1347)

Los mecanismos o filtros de verificación previos a la difusión de contenidos son entendidos como “aquellos datos que ayudan a cruzar la línea, a veces poco clara, entre la realidad y la ficción” (Suárez, 2015, p. 392). Incluso nuevas especializaciones como el fact-checking se han vuelto fundamentales en el ejercicio de la profesión (Herrera, 2020):

Las estrategias de desinformación se imponen precisamente cuando periodistas y ciudadanos no disponen de mecanismos de comprobación para cada discurso o enunciado, de ahí la importancia que se ha concedido al *fact-checking* (verificación de hechos) como herramienta para combatir la desinformación” (Mayoral, Parratt y Morata, 2019, p.396)

Es preciso reflexionar acerca del rol de los medios de comunicación tradicionales, independientes y alternativos, presentes en las redes sociales, con el objetivo de estudiar y contrastar las estrategias que tiene cada uno para identificar noticias falsas y evitar la desinformación. Sierra y Sola (2020) advierten que, más allá de la prensa y la televisión, la manipulación informativa ha llegado a internet y las redes sociales. Internet y las plataformas digitales se han convertido en un escenario de discusión y lucha ideológica donde la mentira, el rumor y la desinformación son un ingrediente esencial.

Metodología del estudio

Este estudio tuvo un carácter cualitativo, cuya finalidad es describir y analizar sin recurrir a datos estadísticos, sino que más bien buscó abordar datos obtenidos mediante entrevistas. El alcance se definió de tipo *descriptivo* para establecer “la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92). Además, se seleccionó un *diseño fenomenológico*, que permite describir en profundidad el fenómeno estudiado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 493).

Se identifican al menos 3 tipos de medios de comunicación: los medios tradicionales, que se han conservado y propagado de generación a generación o a lo largo de un gran periodo de tiempo, destacándose con un importante rol democrático (Jiménez y Muñoz, 2008, p. 6); los medios independientes, que “surgen de proyectos periodísticos desligados de financiamiento gubernamental o corporativo (...) con un alto sentido de participación ciudadana y servicio público” (Lemus, 2022, p. 3); y finalmente los medios alternativos, una forma de lucha social ejercida por distintos grupos y movimientos en contra de la dominación por parte de los grandes conglomerados mediáticos (Sel, 2009).

Los medios consultados se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 1. Caracterización de entrevistados

Medio	Fundación	Caracterización del medio	Municipio
Medios Tradicionales:			
Diario El Sur	1882 (desde 2005 es propiedad de El Mercurio)	Forma parte de la empresa Diario El Sur S.A., sus diarios son de carácter regional.	Concepción
Diario Concepción	20 de mayo de 2008	Periódico de circulación impresa y digital que busca crear espacios informativos para ciudadanos de la zona.	Concepción
Diario La Tribuna	27 de junio de 1958	Diario de circulación diaria (tanto web como formato físico) que abarca información de las distintas comunas que componen la provincia	Concepción y Los Ángeles
Radio Bío Bío	24 de abril de 1996	Medio que cuenta con transmisión FM, y difusión de contenidos digitales (web y redes sociales).	Concepción y Los Ángeles
Medios Independientes:			
Red de medios Mi Voz	2005	Red que brinda apoyo a medios de comunicación es regionales, con el fin de contribuir en su visibilización.	Santiago y Concepción
Sabes.cl	2018	Medio digital dirigido a “personas, trabajadores, ejecutivos, empresarios y ciudadanos modernos” (Sabes, 2023).	Concepción
Tribuna Biobío		Medio digital que busca dar apoyo y voz a la ciudadanía.	Concepción
Resumen.cl	1 de enero de 2009	Medio que difunde contenidos digitales, cuyo enfoque es prestar un servicio a la ciudadanía.	Concepción
Medios Alternativos:			
Lotavisión		Medio digital que se dedica a cubrir accidentes o emergencias que afecten a la ciudadanía.	Lota
Koncevision	7 de agosto de 2018	Medio digital que se caracteriza por presentar denuncias o críticas a temas sociales o autoridades.	Concepción

Fuente: Elaboración propia

Fueron consultados un total de 10 periodistas, uno por cada medio señalado. Los sujetos fueron caracterizados mediante los siguientes datos: nombre, edad, área de especialización, medio de comunicación en el que labora, ciudad de establecimiento del medio, antigüedad del entrevistado en el medio, cargo o función que cumple en la organización.

Los criterios para su elección, es que todos debían contar con más de 5 meses trabajando en el medio de comunicación; ser redactor directo del medio (periodista, editor, director o jefe de prensa), trabajar en la región del Biobío y conocer qué son los filtros de verificación. Se entenderá por filtro de verificación como “aquellos datos que ayudan a cruzar la línea, a veces poco clara, entre la realidad y ficción” (Herrera, 2020, p.142).

La herramienta utilizada fue la entrevista semiestructurada, generada a partir de preguntas de contextualización, específicas y espacios de reflexión. Una vez recopilados los datos estos fueron organizados en una matriz con categorías, y fueron analizados cualitativamente.

Resultados

Para el análisis, se organizaron las entrevistas a partir de ocho categorías establecidas que se expresan a continuación:

Categoría: selección informativa

En esta categoría los entrevistados describen el proceso informativo del medio de comunicación, abordando

la metodología de trabajo de los periodistas, para finalmente describir cómo se elige la información que será levantada y publicada en el medio.

Aquí, uno de los sujetos pertenecientes a medios tradicionales establece que *“el tratamiento noticioso va pensado en lo local”* (sujeto 2, 39 años, directora), el cual es seleccionado *“de acuerdo al impacto que tenga en la población, según el número de la población o según el impacto que tenga en un determinado contexto”* (Sujeto 1, 39 años, periodista y editor).

Para los medios independientes, se destaca que *“la selección informativa parte de un enfoque político vinculado a los procesos sociales que consideramos relevantes para el cambio social”* (Sujeto 8, 36 años, director). Además, *“el criterio es que sea interesante, y las fuentes de información creíbles, es que sean instituciones”* (Sujeto 5, 38 años, analista digital).

Por último, para los medios alternativos, su propósito está ligado a *“un proyecto social, jamás perdiendo el norte que es ayudar a la gente, el estallido social nos dio una visualización mayor”* (Sujeto 10, 62 años, creador y dueño de medio), por lo que para la selección de contenidos buscan temas levantados por o para la ciudadanía, tales como denuncias o accidentes. También, como criterio de selección, está la rapidez de los hechos *“acá lo que más importa es que sea instantáneo”* (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio).

Categoría: fuentes informativas

Son los soportes utilizados por los diferentes medios para dar validez a la información publicada. Para esto, desde los medios tradicionales coinciden que *“utilizamos varias fuentes, que son las formales, las institucionales”* (sujeto 2, 39 años, directora). Es decir, los sujetos utilizan fuentes oficiales, las cuales son contrastadas con fuentes de confianza o documentos institucionales.

Además, consideran fuentes con las que ya han trabajado con anterioridad: *“con el correr de los años, uno también se hace de fuentes, que son las que uno más o menos empieza a conversar primero, entablar cierta relación, y cuando pasa un tiempo y te das cuenta que esa persona en especial te entrego muchos buenos datos, finalmente terminaron siendo efectivos”* (Sujeto 3, 42 años, periodista y editor en secciones de política y ciudad).

Mientras, los medios independientes cuentan con dos tipos de fuentes: primero se encuentran *“todas las formales, autoridades, fuentes oficiales, carabineros, etc.”* (Sujeto 6, 34 años, editor general y director) y en segundo lugar están consideradas aquellas ligadas a internet: *“Fuentes documentales, Wikipedia y redes sociales igual se consultan”* (Sujeto 5, 38 años, analista digital) o *“personas que se contactan con nosotros y nos envían algún tipo de información, alguna sugerencia de tema”* (Sujeto 7, 60 años, directora general).

Por último, los medios alternativos reciben la colaboración voluntaria de la ciudadanía: *“Tengo bastantes colaboradores, Bomberos, por ejemplo, me hablan por los accidentes, me mandan información, para hacer una noticia más atractiva y estar siempre informando”* (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio). Además, han comenzado a implementar medidas para asegurar la veracidad de los aportes entregados por la ciudadanía *“ahora cotejamos, aunque nos demoremos, llamamos a las fuentes, dejamos mensajes”* (Sujeto 10, 62 años, creador y dueño de medio).

Categoría: valor informativo

Es la importancia presente en los documentos que convierten un hecho en noticia, son los factores que interfieren en la información para generar fuentes relevantes.

En los medios tradicionales las noticias se seleccionan según distintos requisitos: *“Si no es una novedad no es noticia. Segundo, el impacto que tenga la noticia, lo nuevo que pueda aportar, yo creo que eso es lo principal. Ahí es donde entramos a las características de la noticia, que claro sea algo nuevo”* (Sujeto 1, 39 años, periodista y editor).

A esto se le suma que *“sea de impacto local, que incluya a varias personas”* y que contribuya *“al desarrollo de la zona del Bío Bío”* (Sujeto 2, 39 años, directora).

Para los medios independientes los contenidos que difunden *“tienen que ver mucho con escuchar a las personas y tomar en cuenta la realidad local desde donde están insertos los diarios”* (Sujeto 5, 38 años, analista digital). Además, deben significar algo de *“impacto regional, que sea actual, puede ser un hecho antiguo, pero genere una noticia actual (...) deben generar en la población una marca”* (Sujeto 7, 60 años, directora general).

Finalmente, para los medios alternativos *“lo más importante es que sea verdad y que tenga un sentido social”*, además los contenidos debenser *“instantáneos”* (Sujeto 10, 62 años, creador y dueño de medio). Por otra parte, se busca salir de la instantaneidad con trabajos en profundidad: *“hago temas de datos que me dan, a veces reporteo un mes y después lo saco y eso te hace llegar más lejos”* (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio).

Categoría: método de verificación

Son las herramientas necesarias para verificar un hecho del que no se está realmente seguro. Los periodistas de medios tradicionales coinciden en que *“todo tiene que verificarse, y si no tiene sustento no se publica”* (Sujeto 3, 42 años, periodista y editor en secciones de política y ciudad), por lo que para esto chequean directamente con fuentes directas: *“La pega (trabajo) del periodista es contrastar fuentes, siempre, no puedes quedarte con lo primero que te diga alguien”* (Sujeto 3, 42 años, periodista y editor en secciones de Política y Ciudad).

Así también lo manifiestan desde otro de los medios tradicionales consultados: *“nosotros chequeamos con fuentes”* esto con la finalidad de encontrar *“de dónde vienen, de dónde son”* los datos compartidos digitalmente (Sujeto 4, 50 años, editora general y directora subrogante).

Para aquellos de medios independientes, destaca el uso de internet: *“Lo primero es verificar con la persona que te lo mandó o verificar en buscadores (...) recurrir a instituciones si es que es una información institucional”*, también se consultan *“redes sociales, pero busco gente más confiable, periodistas, políticos que hablen del tema”* (Sujeto 7, 60 años, directora general). Por otra parte, se consultan fuentes documentales oficiales *“generalmente instituciones públicas, como contraloría. Ahí uno puede preguntar de todo. Vamos haciendo preguntas por la ley de transparencia, a través de todos los mecanismos que transparencia te otorga, contraloría u otro”* (Sujeto 6, 34 años, editor general y director).

Por último, los medios alternativos mencionan que *“Hoy, hay muchos métodos para confirmar, hasta la misma tecnología ayuda”*. Sus herramientas consisten en *“ir al Twitter oficial e ir cotejando, y te vas apoyando en los medios serios”*. También agregan que *“las más confiables son las mismas redes sociales”* (Sujeto 10, 62 años, creador y dueño de medio). Coincide con esto otro de los medios consultados: *“Los más confiables*

son las mismas redes sociales (...) al buscar una noticia en Google aparece inmediatamente” (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio) e incluso acuden a fuentes como Carabineros.

Categoría: área de fact checking

El trabajo relacionado a la verificación de datos que consiste en la labor de revisar toda la información para detectar algún error. Aquí, desde los medios tradicionales mencionan que: *“No, no tenemos áreas especializadas de fact checking y efectivamente es algo que se requiere”* (Sujeto 4, 50 años, editora general y directora subrogante).

Esto debido a que: *“No, no tenemos, y básicamente por algo muy simple, por recursos”,* agregando que *“no basta con que una persona lo desmienta por Twitter o por Instagram u otra red social. Se trata de un trabajo un poquito más riguroso. Además, nosotros debemos tener la responsabilidad de hacer nuestro propio fact checking”* (Sujeto 3, 42 años, periodista y editor en secciones de Política y Ciudad).

Los medios independientes, al no contar con un amplio personal o recursos, responden que: *“No, nosotros vamos trabajando de acuerdo con el criterio nuestro, somos un medio pequeño en ese aspecto, tampoco tenemos para tanto”* (Sujeto 6, 34 años editor general y director). Estos medios recurren al trabajo en equipo para verificar contenidos: *“Lo hacemos como trabajo colectivo, fundamentalmente por falta de recursos”* (Sujeto 8, 36 años, director).

Caso contrario es el de medios alternativos quienes no contestan la pregunta, o no cuentan con procedimientos de chequeo.

Categoría: noticias falsas en Redes Sociales

Aquí se desarrollan las diferentes opiniones con respecto a la difusión masiva de información falsa en redes sociales. Desde los medios tradicionales consideran que esto forma parte de *“un gran problema que tenemos”* en donde *“la gente se deja llevar mucho por las redes sociales, que son informaciones no verificadas, o son textos que no tiene contexto”* (Sujeto 2, 39 años, directora). Además, muestras preocupación por su rápida expansión: *“Se ha expandido de manera terrible, porque al principio es una amenaza, pero no era tan compleja, ahora se transformó en una técnica”* (Sujeto 4, 50 años, editora general y directora subrogante).

Mientras, desde los medios independientes identifican que esto se trata de *“un fenómeno muy complejo, que llegó hace bastante rato, que no logramos controlar como sociedad, y que los medios de comunicación tenemos un rol clave”* (Sujeto 6, 34 años editor general y director). Reconocen que son difíciles de controlar, que las redes sociales permiten su difusión en masa, y que *“uno debe ser responsable y lamentablemente los ciudadanos no lo son”* (Sujeto 7, 60 años, directora general).

Aquí los medios alternativos, al contrario de los tradicionales, expresan que *“las noticias falsas las están inventando la misma prensa que se siente amenazada por las redes sociales y empezaron a crear estas noticias falsas, para que digan ‘no a las redes sociales, sí a los medios establecidos’ porque, hay mucha información que yo creo que fue creada para desprestigiar a las redes sociales”* además, consideran que *“la gente debe educarse y no viralizar cosas que no son”* (Sujeto 10, 62 años, creador y dueño de medio).

También mencionan que su rápida difusión se debe a que *“las redes sociales de los canales del país tiran noticias cada 5 minutos y no corroboran”* (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio).

Categoría: Redes Sociales como fuente de información

En esta categoría se abarca la posibilidad de que redes sociales sean consideradas fuentes de confirmación para la elaboración de contenidos. Para los medios tradicionales, las redes sociales *“Si, son fuentes validas de información porque efectivamente todo lo que sea social puede entregarte información, el tema es chequear que lo que veas sea verídico”* (Sujeto 1, 39 años, periodista y editor). Aquí las interpretan como fuentes para levantar información, pero que debe ser verificada con fuentes validas u oficiales: *“Si sirve para sondear un poco los temas que le interesa a la gente, porque finalmente hoy se consume mucho las redes sociales, pero obviamente que las personas al momento de informar deberían cotejar la información”* (sujeto 2, 39 años, directora).

En tanto, para medios independientes, esto *“depende mucho del tema y la noticia”* (Sujeto 6, 34 años editor general y director), por ejemplo *“para un terremoto, para el registro multimedia, excelente, para alguna declaración de último minuto de un político cuando algo malo pasa, también funciona”* (Sujeto 5, 38 años, analista digital). Sin embargo, aclaran que *“es una fuente para llegar a la información y después se hace*

necesario verificar con todos los pasos” (Sujeto 6, 34 años editor general y director).

Finalmente, para los medios alternativos las redes sociales como fuente de información son *“un mecanismo válido, porque es lo moderno, no en vano los grandes canales cambian en Facebook live, porque la gente se informa de su teléfono (...) todos somos personas valiosas y hemos dado toda la abertura a eso y eso aumenta la credibilidad”* (Sujeto 10, 62 años, creador y dueño de medio).

Sin embargo, por otra parte, se dice: *“Si, por supuesto que son fuentes válidas. Pero son informaciones que deben ser contrastadas”* (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio).

Estudios de opinión

Son sondeos realizados por los diferentes medios de comunicación para dar cuenta de su transparencia y cercanía con los diferentes públicos. Los medios tradicionales realizan *“encuestas periódicas sobre la evaluación que hay del medio en la comunidad”* (Sujeto 2, 39 años, directora). Sobre su importancia, resaltan que: *“Eso lo tomamos en cuenta siempre, porque tenemos una responsabilidad gigante, la gente nos escucha y nos cree”* (Sujeto 1, 39 años, periodista y editor).

Por su parte los medios independientes no llevan a cabo estudios propios o de terceros *“por falta de recursos”* (Sujeto 8, 36 años, director). Pero destacan que *“sí hacemos nosotros el análisis”* (Sujeto 6, 34 años editor general y director), esto es mediante las propias herramientas que entregan las plataformas digitales.

Por una parte, uno de los medios alternativos no responde a la pregunta, mientras que el otro consultado responde que: *“Sí, porque hago encuestas, me llegan mensajes, escucho que la gente habla de Lota visión y te das cuenta de que la gente te valora”* (Sujeto 9, 41 años, creador y dueño del medio).

Hallazgos finales

En los resultados, se observan coincidencias en los datos obtenidos en medios tradicionales e independientes, repuestas que se alejan de los medios alternativos los cuales resaltan por su colaboración con usuarios en plataformas digitales sin su previa verificación. A continuación, se presenta una tabla a modo de resumen con los hallazgos obtenidos de los medios en cada una de las categorías anteriormente presentadas.

Tabla 2. Entrevistas a periodistas de medios tradicionales, independientes y alternativos

Categorías	Medios tradicionales	Medios independientes	Medios alternativos
Proceso de selección informativa	Utilizan reuniones de pauta, colaboración entre periodistas, importancia o impacto para la población, mirada regionalista, línea editorial.	Se seleccionan temas de interés para los usuarios (procesos sociales), también por su proximidad, pertenecer a fuentes de confianza o creíbles, utilizan reuniones de pauta o ejes temáticos para guiar la selección)	Se seleccionan temas de ayuda para los usuarios, esto según su importancia social, y al ser información útil para el día a día (temas de tránsito).
Fuentes informativas	Obtienen la información únicamente de fuentes directas, oficiales e institucionales. Cuentan con una clasificación y requisito de fuentes para difundir la información. Complementan con fuentes de confianza.	Se utilizan fuentes formales u oficiales, combinadas con las sugerencias propuestas de los usuarios. En algunos casos se recurre a fuentes documentales (internet y RR.SS.)	Trabajan con colaboradores o el respaldo de los usuarios.
Valor Informativo	Se seleccionan informaciones según su novedad, impacto, importancia e interés, que aporte a la ciudadanía.	Los valores informativos por los que eligen su contenido son: su impacto o importancia social, novedad, actualidad, realidad local.	Se eligen temas de instantaneidad y sentido social.
Método de verificación	Para esto, medios tradicionales chequean y contrastan con las fuentes directas	Utilizan herramientas digitales (Internet y Redes Sociales), Ley de Transparencia, Instituciones Públicas, verificación de las fuentes, colaboración entre periodistas.	Aquí se utilizan exclusivamente herramientas como Internet y Redes Sociales.
Área de Fact-Checking	Medios tradicionales no cuentan con áreas de chequeo, cada uno se encarga de contrastar la información, que posteriormente es revisada por un editor.	Medios independientes no cuentan con ello, realizan un trabajo colectivo, e incluso pueden llegar a tener alianzas con medios de fact check.	Medios alternativos no cuentan con ello, y no utilizan herramientas adicionales de chequeo.
Noticias falsas en redes sociales	Desde los medios tradicionales afirman que se han expandido rápidamente, genera un impacto profundo en la ciudadanía, necesidad de generar medidas que penalicen este tipo de conductas intencionadas.	Para medios independientes las noticias falsas se distribuyen debido a la falta de control, falta de regularización de las RR.SS. como medios de comunicación. Ante esto, periodistas deben ser responsables con la información, pero ciudadanos no tienen el mismo compromiso.	Medios alternativos responsabilizan a los medios de comunicación oficiales como los difusores de noticias falsas.
Redes Sociales como fuentes de información	Son consideradas como fuentes de información o levantamiento de temas relevantes para la ciudadanía, pero que requieren ser contrastados con fuentes oficiales.	Los medios independientes reconocen que las redes sociales son un espacio complejo. Este puede ser una fuente válida dependiendo del tipo de información que se busca.	Para los medios alternativos estas plataformas si son válidas como fuente de información, ya que son los propios usuarios quienes deben determinar en qué medios confiar.
Estudios de opinión	Realizan encuestas y estudios para conocer la percepción de los usuarios y evaluación del medio, pero en algunos casos no se realiza con demasiada frecuencia.	No cuentan con ello, en algunos casos acceden a algunas estadísticas disponibles en las plataformas que utilizan.	Se guían por las opiniones y respuestas de los usuarios al contenido.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones y discusión

A partir de los resultados se puede inferir que los medios de comunicación tradicionales e independientes trabajan con mayores filtros de verificación, en comparación a los medios alternativos o comunitarios que trabajan, en mayor medida, obteniendo datos e información a través de redes sociales, sin verificar ni comprobar, o documentarse sobre ciertos hechos.

Además, existe una gran diferencia entre la calidad informativa de cada medio, donde las líneas editoriales cumplen una función primordial al momento de llevar información a los lectores, la cual no existe en los medios alternativos, ya que su enfoque principal es cubrir denuncias ciudadanas. Por lo tanto, se puede deducir que cada medio trabaja de acuerdo con sus propios objetivos y planteamientos.

Este estudio concluye que los medios tradicionales e independientes no han profundizado en técnicas de verificación debido a la ausencia de periodistas especializados en fact checking, sin embargo, cada editor utiliza diferentes técnicas con el objetivo de contrastar y analizar sus datos antes de ser divulgados. Mientras que en medios alternativos, el chequeo y la validación previa no es un aspecto relevante dentro de su estructura de trabajo rutinaria, ya que utilizan la denuncia y la difusión de noticias locales para publicar en las redes sociales, provocando que las noticias compartidas a los ciudadanos afecten en la credibilidad de la información.

Al contrastar estos resultados con otras investigaciones previas, fue posible identificar características compartidas. Según Palomino (2019) desde Perú, si bien se ha implementado el uso de nuevas plataformas como WhatsApp, medios tradicionales “señalaron que se sirven de otras fuentes adicionales para verificar la información” (p. 46), tras un “ejercicio de verificación ya se pasa a evaluar si la información tiene la relevancia para ser presentada como una alerta informativa” (p. 47).

Por su parte López, Ufarte y Murcia (2019) en su investigación a medios de la Unión Europea, reconocieron que se han comenzado a implementar medidas contra las noticias falsas: “cuentan con secciones especializadas sobre noticias falsas. También apuestan por otras iniciativas más complejas para mostrar la realidad de las fake news y luchar contra ellas” (p. 165).

Sin embargo, para Said y Arcila (2011) los medios en Latinoamérica “aún siguen perdiendo importantes puntos en lo que se refiere a los aspectos relacionados con los indicadores generales (...) niveles de popularidad y visibilidad de sus portales; y los indicadores específicos internos, en especial en lo que respecta a los recursos puestos a disposición para la profundización de la información y las herramientas de interacción” (p. 125).

Estos datos evidencian que los medios de comunicación necesitan trabajar continuamente por una mayor claridad en las noticias. Al crear espacios de fact-checking dentro de las organizaciones, es posible agrupar a periodistas de distintas especialidades con la intención de trabajar colaborativamente para disminuir las noticias falsas y que la rapidez informativa no sea un obstáculo al momento de publicar.

Es necesario reconsiderar la gran influencia que tienen las redes sociales y los medios alternativos en la difusión de información, ya que existe una interpelación mutua: los sujetos entrevistados cuestionaron el trabajo realizado por medios tradicionales, así como los medios tradicionales e independientes cuestionaron el trabajo hecho por los medios alternativos, culpándose mutuamente por el aumento de las noticias falsas.

La multiplicación de la posverdad puede explicarse por haber *prescindido de la intermediación* en el campo periodístico ejercitado por medios y profesionales de la información y por el *acceso directo de los ciudadanos a la capacidad de informativa*, lo cual supone una serie de riesgos. Potenciar la cualificación profesional sería una herramienta eficaz para ejercer algún tipo de control de la información, desde el punto de vista de saber quiénes son las fuentes, cuáles son sus intereses y sus estrategias de persuasión, evitando así la proliferación de procesos de desinformación y sus indeseables efectos.

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Referencias

Arano, F. (2021). ¿Redes sociales vs. medios tradicionales? Disputas y convergencias en la era de la conectividad. *Actas de Periodismo y Comunicación*. <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/127704/>

[Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

- Arroyo, M. (2014). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave*, 18(3), 746-787
- Corrales, F. y Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: Un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, (70). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478050>
- Del Fresno, M. (2019). Desordenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- García-Marín, David (2020). “Infodemia global. Desordenes informativos, narrativas *fake* y *fact-checking* en la crisis de la Covid-19”. *El profesional de la información*, v.29, n.4. <https://doi-org/10.3145/epi.2020.jul.11>
- Gronemeyer, M.E. (2013). La digitalización y sus efectos sobre las prácticas y productos periodísticos en Chile. *Palabra Clave*. 16(1), pp. 101-128.
- Guerra, P. (2019) Concentración de medios de comunicación. Conceptos fundamentales y casos de estudio. *Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27513/1/BCN_pga_Concentracio_n_de_la_propiedad_de_medios_de_comunicacion_Final.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. McGRAW-HILL / Interamericana editores.
- Herrera, J. (2020). La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: análisis de cobertura de una noticia falsa en medios digitales chilenos. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, v.13, p.138-158. <http://ddx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7246>
- Jiménez, C., Muñoz, J. (2008) Estructura de los medios de comunicación en Chile. *Razón y palabra*, 60. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520730028>
- Lemus, M. C. (2022). Ecología comunicativa del movimiento #YoPrefieroElLago: un abordaje desde los medios privados, independientes y alternativos. *Comunicación Y Sociedad*, 1-31. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8188>
- López, A.; Vives G.; Badell, J. (2018) “Fake news ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?”. *El profesional de la información*, v.27, n.6, p. 1346-1356. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- López, A., Ufarte, M. y Murcia, F. (2019) Medios audiovisuales de servicio público y desinformación. Principales políticas y estrategias contra las noticias falsas. En UNSPECIFIED, (ed.) *Las nuevas narrativas, en el entorno social. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, pp. 155-170.
- Mayoral, J.; Parratt, S.; Morata, M. (2017). Desinformación, manipulación y credibilidad periodística: una perspectiva histórica. *Historia y comunicación social*, 24 (2), 395-409. <https://dx.doi.org/105209hics.66267>
- Monje, D., Rivero, Alexander, E. y Zanotti, J. (2020). Crisis del periodismo y políticas de retracción de los Estados en Argentina, Brasil y Chile. *Comunicación y sociedad*, 17. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7622>
- Natanson, J. (2014). La triple crisis de los medios de comunicación. *Nueva Sociedad*, (249). https://static.nuso.org/media/articles/downloads/4002_1.pdf
- Palomino, M. (2019). Mecanismos de selección y verificación de información brindada por ciudadanos a través del WhatsApp en la producción informativa de canales de noticias peruanos. Estudio de caso: RPP Noticias y Canal N. *Comunicación*, (40), 35-52. <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a03>
- Pérez, L. M. (2015). Medios Alternativos de Comunicación: la Voz de los Grupos Minoritarios. *Entretexos*, 18(18), 1-7.
- Riffo-Pavón, I., Basulto, O. y Segovia, P. (2021). El Estallido Social chileno de 2019: un estudio a partir de las representaciones e imaginarios sociales en la prensa. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 66(243), pp. 345-368.

- Ruiz-Tagle, P. (2011). Propiedad de los medios y principios de intervención del Estado para garantizar la libertad de expresión en Chile. *Revista de Derecho*, 18(2), 347-359. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-97532011000200012>
- Said, E. y Arcila, C. (2011). Los cibermedios en América Latina y la Web 2.0. *Comunicar*, (37), 125-131. <http://dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-04>
- Sel, S. (2009). Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latinoamericano. En S. Sel (Comp.), *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías* (pp. 13-36). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
- Serrano, J. (2020). Periodismo constructivo: una respuesta a las razones de los usuarios para evitar las noticias. *Cuadernos.info*, (46), 153-177. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2020000100153&lang=es
- Sierra, F. y Sola, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, 7604, p. 1-31. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>
- Suárez, J. (2015) “Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales”. *El profesional de la información*, (24). 390-395. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2015.jul.05/20704>
- Zarzuri, R. (2014). Medios, comunicación y jóvenes; Una aproximación de la relación de los jóvenes con los medios y la comunicación en Chile. *Centro de Estudios Sociales y Culturales*. 219-252. https://www.researchgate.net/publication/339570720_MEDIOS_COMUNICACION_Y_JOVENES_UNA_APROXIMACION_DE_LA_RELACION_DE_MEDIOS_COMUNICACION_Y