


Estrategias locales de verificación y *fact-checking* en Brasil: la Red Nacional de Combate a la Desinformación, COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS y Agência Tatu

Local verification and fact-checking strategies in Brazil: National Network to Combat Disinformation, COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS and Agência Tatu

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978




Antonia Isabel Nogales-Bocio. Profesora Contratada Doctora de la Unidad Predepartamental de Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Zaragoza. Doctora y Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Máster en Filosofía y Cultura Moderna por la Universidad de Sevilla. Actualmente es la Coordinadora del Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. Miembro de los grupos de investigación GICID (Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital) de la Universidad de Zaragoza y SMEMIU, adscrito a la UNED. Profesora acreditada a Profesora Titular de Universidad por ANECA. Cuenta con 1 sexenio de investigación reconocido por CNEAI. Según Google Scholar (<https://scholar.google.es/citations?user=-KueKSgAAAAJ&hl=es>), ha recibido un total de 523 citas contabilizadas por esta plataforma, con un índice H de 10 y un índice i10 de 11.

Universidad de Zaragoza, España 
anogales@unizar.es
ORCID: 0000-0003-0050-6979



Julieti Sussi De Oliveira. Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla, con Mención Internacional por la Universidad del Algarve - Portugal y *cum laude* por unanimidad. Profesora lectora. Universidad de Barcelona. Ha escrito más de 40 publicaciones relacionadas con su línea de investigación: comunicación y cultura, comunicación política, comunicación y poder. Ha formado parte del comité científico internacional y el comité organizador del Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento - CICYP, entre otros eventos científicos y académicos internacionales. Ha realizado estancias internacionales de investigación en la Universidad Federal de Santa Catarina en Brasil y en la Universidad del Algarve en Portugal.

Universidad de Barcelona, España 
julieti.oliveira@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4476-7791

Cómo citar este artículo:


Nogales-Bocio, A. I.; De Oliveira, J. S. y Marta-Lazo, C. (2025). Estrategias locales de verificación y *fact-checking* en Brasil: la Red Nacional de Combate a la Desinformación, COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS y Agência Tatu. *Doxa Comunicación*, 41, pp. 395-415.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2906>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0



Carmen Marta-Lazo. Catedrática de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. Investigadora Principal del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID). Vicerrectora de Comunicación e Identidad Institucional de la Universidad de Zaragoza. Ha sido directora de la Unidad Predepartamental de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Zaragoza y de la plataforma digital Entremedios. Coeditora de Revista Mediterránea de Comunicación. Ha escrito más de doscientas publicaciones, entre libros, capítulos y artículos relacionados con sus líneas de investigación: educación mediática, competencias digitales y usos e interacciones en redes sociales. En Google Scholar cuenta con un índice H de 34: <https://scholar.google.es/citations?user=vxisuH0AAAAJ&hl=es>. Y en ORCID con 207 publicaciones: <https://orcid.org/0000-0002-0004-1094>. En ResearchGate con 1638 citaciones: <https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Lazo-2>. Y en Dialnet es la autora mujer más citada en el área de Periodismo: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2308979>
Universidad de Zaragoza, España 
cmarta@unizar.es
ORCID: 0000-0002-0004-1094

Recibido: 31/01/2025 - Aceptado: 10/05/2025 - En edición: 04/06/2025 - Publicado: 01/07/2025

Received: 31/01/2025 - Accepted: 10/05/2025 - Early access: 04/06/2025 - Published: 01/07/2025

Resumen:

La desinformación es un fenómeno creciente y cada vez más presente en las sociedades contemporáneas. Las iniciativas de verificación o *fact-checking* se han convertido en los últimos años en una de las estrategias centrales en la lucha contra la información falsa que se comparte y se viraliza cada vez más. Aunque la mayoría de estas iniciativas tienen su origen en la profesión periodística, convirtiéndose en una especialización profesional más, las estrategias y políticas para combatir la desinformación en contextos locales de la mano de instancias académicas u organizaciones sin ánimo de lucro van en aumento. No obstante, las investigaciones en esta línea son aún escasas y poco profundas. En el presente artículo, examinamos el papel de la Red Nacional de Combate a la Desinformación (RNCD), creada en Brasil en 2019, así como de cuatro de sus iniciativas más destacadas y proactivas: COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS y Agência Tatu. A través de un enfoque cualitativo, se adopta el diseño de estudio de caso, complementado con entrevistas semiestructuradas, para analizar las estrategias de implementación y verificación de estas iniciativas de combate a la desinformación y las especificidades que enfrentan en el contexto local.

Palabras clave:

Desinformación; *fact-checking*; verificación; *fake news*; contexto local.

Abstract:

Disinformation is a growing phenomenon that is increasingly present in contemporary societies. In recent years, fact-checking initiatives have become one of the central strategies in the fight against false information that is increasingly shared and viralized. Although most of these initiatives have their origin in the journalistic profession, becoming just another professional specialization, strategies and policies to combat disinformation in local contexts by academic bodies or non-profit organizations are on the rise. However, research in this area is still scarce and shallow. In this article, we examine the role of the National Network to Combat Disinformation (RNCD), created in Brazil in 2019, as well as four of its most prominent initiatives: COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS and Agência Tatu. Through a qualitative approach, a case study design is adopted, complemented with semi-structured interviews, to analyze the implementation and verification strategies of these initiatives to combat misinformation and the specificities they face in the local environment.

Keywords:

Misinformation; disinformation; fact-checking; verification; fake news; local environment.

1. Introducción

1.1. Desinformación, infopolución y alfabetización mediática

La desinformación se ha convertido en un desafío global para los estados y organizaciones supranacionales, genera desconfianza ciudadana hacia la labor periodística y puede ser utilizada para aumentar la proyección de discursos contrarios a los valores democráticos, la ciencia y los derechos humanos. Los creadores de desinformación en cualquiera de sus múltiples modalidades (información errónea, falsa o maliciosa) y motivaciones (provocación, parodia, partidismo, provecho, poder, influencia o propaganda) (IFJ, 2018) deciden mezclarla con la información veraz para que pase desapercibida y los usuarios la crean sin cuestionarla o sin reflexionar respecto a las posibles repercusiones de difundirla (Marta-Lazo, 2023). En el escenario actual, la transformación digital de los medios de comunicación ha impulsado la aparición de nuevos perfiles profesionales en el ámbito de la Comunicación y el Periodismo, especialmente en el área de la verificación de hechos o *fact-checking* (Cantón-Correa et al., 2025).

La verificación es parte integral de la rutina periodística, lo que requiere que los periodistas realicen una autenticación de datos antes de publicar noticias, lo que también ha propiciado el surgimiento de una práctica periodística específica (Cano, Capelli y Lali, 2023). El *fact-checking* se enfoca en verificar los discursos políticos y datos estadísticos pronunciados por las autoridades, independientemente de si fueron publicados o no en algún medio o red social, consiste en una operación que aplica técnicas del periodismo de datos para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes (Véllez y Enríquez, 2024). En este contexto, los *fact-checkers* deben ser capaces de utilizar tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) para automatizar y mejorar la precisión de la verificación de noticias, sin perder de vista el pensamiento crítico y la dimensión ética en la evaluación de la información (Cifuentes y Sixto-García, 2022). Con el gran avance de la IA, y en función de los distintos propósitos de la maniobra desinformadora, se han diversificado y multiplicado las técnicas de desinformación: la manipulación activa o pasiva de datos, la censura informativa, la manipulación de formatos audiovisuales (*deepfakes*), la creación de tramas narrativas atractivas o la atención fragmentada (Marta-Lazo, 2024, p. 108). Por lo tanto, se multiplica la necesidad de contar con iniciativas de *fact-checking* y verificadores capaces, hábiles, expertos en competencias digitales y comprometidos con la veracidad. El uso óptimo de IA y la robótica, las técnicas OSINT (inteligencia de fuentes abiertas), el análisis de imágenes o la visualización de datos son algunas de las áreas de formación más específicas para los verificadores, al tiempo que la diversidad de temáticas dentro de las prácticas desinformadoras exige una tendencia cada vez mayor a la especialización (García-Marín, Rubio-Jordán y Salvat-Martinrey, 2023) dentro de los *fact-checkers*.

En las redacciones actuales se modifican las rutinas productivas con diferentes procesos de verificación, que pasan por la monitorización e identificación de afirmaciones para verificar (*detection*), la obtención de datos para comprobar contenidos (*reporting*), y la verificación de falsedades (*debunking*), en las que la aplicación de la IA agiliza los procesos (Guo et al., 2022). Además, en los sitios web de los medios digitales suele indicarse la metodología empleada en la verificación y las escalas de medición (López-Pan y Rodríguez-Rodríguez, 2020). Estas prácticas sirven a la ciudadanía para tener pautas en los procesos de comprobación de la información, lo cual redundará en la función mediadora de los profesionales de la información afincada en los propios medios y en sus métodos de trasladar de manera transparente el modus operandi de elaboración del filtro de las fuentes y la producción de las noticias. La inclusión de recomendaciones sobre transparencia en el uso de la IA en los principales códigos de buenas prácticas

del ámbito del *fact-checking* es un aspecto clave para afianzar la aplicación ética de esta tecnología en el campo de la verificación (Cuartielles, Mauri-Ríos y Rodríguez Martínez, 2024).

Por su parte, cada vez más investigaciones realizadas desde el ámbito educativo colocan el foco en la necesidad de dotar a los estudiantes de herramientas para combatir la desinformación (Cebrián, 2019; Martínez-Costa et al., 2023; Sábada, Salaverría y Bringué-Sala, 2023) a través de dinámicas de educomunicación y la adquisición de competencias digitales. Desde el estudio de la alfabetización mediática se reflexiona cada vez más sobre la forma en que los contenidos compartidos y viralizados conectan con la configuración de los individuos, analizando cómo las redes desempeñan un papel esencial en la creación de la identidad *online* y *offline*. Muy lejos de la premisa utópica de la neutralidad de la Red, conviene constatar que “sobre estas plataformas, redes o medios, se ejerce un control económico, político e ideológico que condiciona las culturas verdaderamente presentes y potenciadas en ellas” (Nogales-Bocio, 2023, p. 233). Nos enfrentamos pues a un mundo con ingente cantidad de información y la gran mayoría de la ciudadanía –exceptuando las disrupciones ocasionadas por las brechas digitales de todo tipo: de conectividad, territoriales, educativas, sociales, etc.– puede acceder a esa gran oferta informativa, en la que impera la contaminación o infopolución.

1.2. *Iniciativas de verificación, periodismo y proximidad*

La relación entre periodismo y verificación es bastante estrecha y es objeto de estudio de numerosas investigaciones (Graves y Konieczna, 2015; Robertson y Mourao, 2020; Singer, 2021; García-Marín, Rubio-Jordán y Salvat-Martinrey, 2023). En la actualidad, el *fact-checking* es una forma más de hacer periodismo (Graves, 2018) que gana relevancia a partir del avance de la comunicación digital y de una diversidad de medios de comunicación que facilitan la creación y la difusión de información. Lo que también lleva a un contexto definido por algunos autores como “orden de la desinformación” (Bennett y Livingston, 2018) o posverdad (Lewandowsky et al., 2017).

Es en ese contexto donde surgen las primeras iniciativas de verificación, como Spinsanity, creada en 2001 para desenmascarar la propaganda política y el contenido partidista de los medios (Fritz et al., 2004). En su mayoría, estas iniciativas se centran en verificar contenidos políticos, donde las iniciativas pioneras son FactCheck.org o PolitiFact (Steensen et al., 2023). Según un informe de la IFCN (2024), la política constituye el 95,6 % de los contenidos abordados por los verificadores. Sin embargo, también se observa una ampliación de temáticas como los contenidos difundidos por las redes sociales, lo relativo a valores democráticos, o temas como el cambio climático (Paulau, 2024; Siwakoti et al., 2021) o la migración (Renedo, Alonso y Díez, 2024).

El interés por el *fact-checking* tiene un alcance mundial, pasando de 11 iniciativas en 2008 a 424 en 2022 (Stencel et al., 2023), con distintos protocolos de actuación y modelos de negocio (Esteban-Navarro et al., 2021). La creación de entidades como la Internacional Fact Checking Network (con 145 miembros activos en enero de 2025) ha dotado de un carácter institucional a la actividad y ha potenciado la colaboración, que es también una práctica esencial y recurrente para la verificación. En este sentido, se han podido recopilar algunos de los ejemplos de verificadores destacados: Electoland 2017, para monitorizar las elecciones norteamericanas de 2016 (Klein, 2017); Verificado 2017, para las informaciones relativas al terremoto de México de aquel año; Chequeado en Argentina, creado en 2010 por una organización sin ánimo de lucro y constituyendo el primer caso en Latinoamérica y una referencia para el surgimiento de otras iniciativas; Ecuador Chequea, un medio que surge desde una organización regional sin fines lucrativos (Ecuador Chequea, 2024); etc. En Brasil, en 2020 se promovieron algunas iniciativas desde el Tribunal Superior

Electoral (TSE) para verificar noticias falsas relacionadas con el proceso electoral, tales como: Red de verificaciones de elecciones, página web “Hecho o noticia falsa”, o la creación de un *Chatbot* en WhatsApp que permitía el acceso a informaciones verificadas (TSE, 2024). En España, encontramos iniciativas como Maldita.es, Verifica RTVE, Newtral, etc. En el caso de la Fundación Maldita.es, también ha impulsado la organización de una red nacional de periodistas locales para combatir la desinformación climática. Asimismo, Verificat es una asociación que se dedica a combatir la desinformación en Cataluña.

Las estrategias y políticas para combatir la desinformación adaptadas a contextos locales son un campo de notable interés, aunque aún poco abordado. Resulta pues esencial analizar el papel de las iniciativas de periodismo local contra un fenómeno que es global (Jerónimo, 2024), especialmente dado que la adaptación de las maniobras de desinformación a marcos regionales o locales posee unas características y manifestaciones propias. Así como las iniciativas de verificación han aumentado desde 2016, la investigación académica sobre *fact-checking* también es ya notable. La cuestión es abordada desde múltiples perspectivas, como el auge exponencial y las características del *fact-checking* en España (López Pan y Rodríguez Rodríguez, 2020) o las especificidades de los contextos locales, como en el proyecto “FAKELOCAL” para la creación del mapa de la desinformación en las comunidades autónomas y entidades locales españolas (Rúas-Araújo y Paniagua-Rojano, 2023). Otra de las líneas de estudio es la consolidación de las plataformas verificadoras, centrándose en la organización, las rutinas productivas y las estrategias de difusión de los verificadores. Vizoso y Vázquez-Herrero (2019) analizan el panorama internacional del *fact-checking* en lengua española, subrayando la relevancia creciente de América Latina en este campo y destacando iniciativas como LatamChequea. Por su parte, Cuartielles y Carral (2024) estudian el funcionamiento, la viabilidad y las buenas prácticas del *fact-checking* colaborativo en el contexto electoral español, a través del caso concreto de la alianza “Comprobado” durante las elecciones generales de 2023 en España. Palau Sampio (2024) se centra en los proyectos colaborativos durante campañas electorales en Europa y América Latina, con el objetivo de analizar cómo periodistas y organizaciones de la sociedad civil se articulan para combatir la desinformación electoral. En Brasil, Seibt (2019) examina tres experiencias pioneras: Agência Lupa, Aos Fatos y Truco, para identificar los límites y posibilidades de esta nueva práctica periodística en un contexto marcado por la desinformación.

Otra línea relevante es el análisis del perfil profesional y las consideraciones de los periodistas y del público sobre el *fact-checking*. Herrero y Herrera-Damas (2021) estudian principalmente el perfil, las percepciones y los retos de los *fact-checkers* en el mundo hispanohablante, con el objetivo general de contribuir a su desarrollo visibilizando la realidad de quienes lo practican y ayudando a diseñar mejores programas formativos para futuros periodistas. Baptista et al. (2023) se centran en la percepción del público portugués sobre el *fact-checking*, en uno de los primeros intentos sistemáticos de explorar la actitud ciudadana hacia este fenómeno en el país. El estudio advierte sobre la necesidad de dotar de mayor visibilidad, transparencia y educación mediática para fomentar la aceptación y efectividad de esta práctica en Portugal. A su vez, Morais y Grafolin (2023) ofrecen una reflexión crítica sobre el lugar del *fact-checking* en la ecología mediática contemporánea.

El papel de las plataformas digitales y redes sociales en la difusión y recepción del *fact-checking* constituye otro eje temático de interés. Estudios empíricos en España han demostrado, por ejemplo, que las plataformas emplean Instagram principalmente como canal de presentación visual, pero no como espacio de diálogo con la audiencia (Abuín-Penas et al., 2023) Asimismo, se ha documentado el uso de WhatsApp como herramienta para crear vínculos de proximidad con los lectores y canalizar contenidos desmentidos con éxito, como en el caso del diario malagueño *Sur* y su sección “B de Buló” (Palomo y Amundarain, 2018). O el uso del móvil y las redes en el combate a la desinformación por Maldita.es (Bernal-Triviño y Clares-Gavilán, 2019).

1.3. Desinformación, crisis democrática y periodismo en el contexto brasileño

Brasil se enfrenta actualmente a un periodo crítico donde la información veraz y el periodismo independiente juegan un papel fundamental en la preservación de la democracia. La polarización política y los cambios tecnológicos transformaron la forma de comunicar y de hacer política. Las elecciones de 2018 constituyeron un punto de inflexión en el clima de desinformación, en el cual los contenidos falsos contribuyeron significativamente a la victoria de Jair Bolsonaro; unos hechos que llegaron a ser investigados por el Tribunal Superior Electoral (Gilbert, 2018). De acuerdo con Sánchez del Val et al. (2025), la pérdida de confianza en los medios y en las instituciones tradicionales, así como las tácticas populistas durante las elecciones de 2018, fueron el punto de partida de la ola de desinformación en el contexto brasileño contemporáneo.

Durante el gobierno de Bolsonaro (2019-2022), se consolidó una estrategia de “guerra híbrida” que combinó ataques a medios tradicionales con la producción masiva de contenidos falsos en redes sociales (Palau, 2021). Un fenómeno que Castro Rocha (2024) define como *midiosfera extremista*: “*uma poderosa máquina de produção de narrativas polarizadoras, com base em fake news e teorias conspiratorias*” (p. 89). Con el resultado de las elecciones de 2022 y la victoria del candidato de la oposición Lula da Silva, se intensificaron las narrativas que lo presentaban como un presidente ilegítimo, llegando a producirse graves altercados como el asalto a las instituciones en enero de 2023.

La crisis de los medios de comunicación tradicionales, la pérdida de relevancia como agentes sociales y de su posición como *gate-keepers* únicos de la información (Parisi y Rega, 2011) coincide también con el auge de las redes sociales. De acuerdo con Schudson (2008), el modelo de periodismo de vigilancia se ha visto debilitado por la concentración mediática en Brasil, donde seis familias controlan el 80 % de los medios tradicionales (ABRAJI, 2023). Esta estructura favorece la homogeneización de contenidos y limita el pluralismo, creando vacíos informativos que son ocupados por las redes sociales. Según el Reuters Institute (2024), un 45 % de los brasileños no tiene confianza en las noticias de los medios tradicionales, lo cual facilita la viralización de desinformación, particularmente en plataformas como WhatsApp y Telegram.

En este contexto, las iniciativas de verificación emergen como actores clave en la esfera pública ofreciendo resistencia a través de metodologías colaborativas. En Brasil se han constatado una serie de iniciativas de *fact-checking* fomentadas por los propios medios y por la sociedad civil –tales como Agência Lupa, Aos Fatos o la Red Nacional de Combate a la Desinformación– que han emergido como contrapeso para promover el acceso a información verificada.

2. Método

El objetivo general de este estudio es analizar las iniciativas locales de verificación integradas en la Red Nacional de Combate a la Desinformación (RNCD) en Brasil. Para alcanzar este propósito, se han definido los siguientes objetivos específicos:

- O1. Describir la organización y el alcance del proyecto de la RNCD.
- O2. Examinar en profundidad cuatro de los proyectos de verificación de noticias que forman parte de la RNCD.
- O3. Identificar el enfoque y la finalidad de estas iniciativas en el proceso de verificación de la desinformación.

O4. Analizar posibles diferencias entre las iniciativas motivadas por su contexto particular de aplicación o por otras variables distintas.

O5. Evaluar los logros y desafíos de este tipo de proyectos, a través del grado de cumplimiento y satisfacción de su función principal.

Dado que la literatura previa sobre iniciativas locales de verificación es muy limitada, en lugar de formular hipótesis, se han planteado preguntas de investigación que permitan identificar nuevos hallazgos sobre el tema.

PI1. ¿Cómo está organizada la RNCD y cuál es el alcance del proyecto?

PI2. ¿Cuál es el enfoque y la finalidad de la iniciativa a la hora de llevar a cabo la verificación?

PI3. ¿Qué especificidades y finalidades tienen las iniciativas respecto al contexto local?

PI4. ¿Existen diferencias significativas entre las iniciativas?

PI5. ¿Qué panorama se plantea para el futuro de las iniciativas analizadas?

Se ha enfocado en el análisis de cuatro iniciativas de verificación a nivel local, surgidas desde el ámbito periodístico y social. Todas ellas forman parte de una organización de origen académico dedicada a combatir el fenómeno de la desinformación: la Red Nacional de Combate a la Desinformación.

El estudio sigue un enfoque cualitativo y adopta un diseño de estudio de caso para comprender el desarrollo de las iniciativas locales de combate a la desinformación, así como los desafíos específicos que enfrentan en sus respectivos contextos. Para seleccionar los casos de estudio, en primer lugar, se ha contactado con la creadora de la RNCD que ha recomendado los cuatro casos analizados en este trabajo. Aunque existen en total seis iniciativas de verificación que forman parte de la RNCD, los criterios utilizados para la selección fueron la continuidad y la estabilidad del proyecto. De ese modo, se eligen: COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS y Agência Tatu. Todas se crearon entre 2019 y 2020 (excepto Verifica RS, que nace en 2024) y todas permanecen activas en la actualidad.

Para la recolección de datos, se llevaron a cabo cinco entrevistas semiestructuradas, las cuales parten de la elaboración de un guion previo para garantizar que todos los participantes respondan a las mismas preguntas, facilitando así la comparación de sus respuestas. Además, la flexibilidad de este formato permitió que surgieran nuevas cuestiones de interés durante el proceso (Bryman, 2016). Las entrevistas fueron realizadas a cinco periodistas creadoras y responsables de las iniciativas de verificación. La duración es de una hora de promedio y se realizaron a través de *Google Meet* entre los meses de noviembre y diciembre de 2024, y abril de 2025. Se utilizó una guía de preguntas diseñadas para explorar los objetivos, las herramientas utilizadas y el enfoque de estas iniciativas locales.

Los datos fueron analizados mediante un análisis de contenido de forma manual, identificando patrones y categorías temáticas a partir de la lectura y organización de las respuestas.

Tabla 1. Organización de las entrevistas

Elemento	Descripción
Perfil de las entrevistadas	<p>Perfil 1. Ana Regina Rego. Periodista, doctora en Procesos Comunicacionales. Profesora en la Universidad Federal de Piauí. Brasil. Fundadora de la RNCD.</p> <p>Perfil 2. Marta Alencar. Periodista especializada en <i>fact-checking</i>. Doctoranda en comunicación. Fundadora de COAR.</p> <p>Perfil 3. Magali Cunha. Periodista. Doctora en Comunicación. Investigadora especializada en Comunicación y Religiones. Fundadora de Bereia.</p> <p>Perfil 4. Taís Seibt. Periodista. Doctora en Comunicación. Experta en <i>fact-checking</i>. Fundadora de Verifica RS.</p> <p>Perfil 5. Graziela França. Periodista. Experta en Periodismo de Datos. Directora de contenido de la Agência Tatu.</p>
Guía de preguntas	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo identifica su agencia los temas o narrativas de desinformación a verificar? 2. ¿Qué pasos siguen en el proceso de verificación de información? 3. ¿Qué criterios utilizan para decidir qué información verificar primero? 4. ¿Utilizan metodologías específicas para abordar las particularidades de desinformación en contextos locales o regionales? 5. ¿Qué herramientas digitales o tecnológicas utiliza su agencia para el monitoreo y verificación? 6. ¿Cuáles son los principales logros que atribuyen al trabajo de su agencia? 7. ¿Han identificado cambios en los patrones de desinformación a partir de sus intervenciones? 8. ¿Qué les diferencia de una agencia de verificación nacional? 9. ¿Qué papel considera que juega la RNCD en el apoyo y la coordinación de las agencias locales?

Fuente: elaboración propia, 2025

3. Resultados

3.1. Estudio de caso: La Red Nacional de Combate a la Desinformación

La Red Nacional de Combate a la Desinformación (RNCD) tiene sus orígenes en el año 2019, dentro del ámbito académico, fruto de una investigación postdoctoral realizada por la periodista y doctora en comunicación Ana Regina Rego, en la Universidad Federal de Río de Janeiro. En 2020 se une al Proyecto Mandacaru, una plataforma que reúne a voluntarios de diferentes áreas científicas para combatir la desinformación sobre ciencia a través de las redes sociales durante la pandemia de COVID-19.

La experiencia en el proyecto y la vinculación de Ana Regina Rego con la Federación Brasileña de Asociaciones de Comunicación Científica y Académica (SOCICOM) facilitó la creación de una red que pondría en contacto a las instituciones con la sociedad civil. Asociada al programa de posgrado de la Universidad Federal de Comunicación de Piauí (UFPI), tiene el objetivo de unir esfuerzos para potenciar la visibilidad del trabajo y servir de nexo de unión de proyectos e instituciones de diferente naturaleza, pero que contribuyen en la lucha contra la desinformación.

Forman parte de la RNCD iniciativas desarrolladas por universidades, agencias de comunicación, revistas científicas, proyectos sociales, proyectos de alfabetización mediática, aplicaciones de verificación de desinformación, proyectos de *fact-checking*, pro-

yectos de investigación, medios de comunicación universitarios, laboratorios de investigación tecnológica y de comunicación, ONGS, etc.

La organización fue galardonada en 2023 por la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación (INTERCOM) por su capacidad de innovación en planos teóricos, tecnológicos y pragmáticos en el campo de la comunicación. Otro de los momentos destacables de su trayectoria fue su actuación junto al Supremo Tribunal Federal (STF) para el Programa de Combate a la Desinformación (PCD). De acuerdo con Rego (2024) es una asociación muy productiva: “durante el año 2022, trabajamos directamente con varios socios, especialmente con socios de alfabetización mediática, llevando a cabo campañas de esclarecimiento sobre cuestiones relacionadas con las elecciones en ese momento y sobre cómo los electores y los usuarios podían denunciar la desinformación en todas las plataformas digitales que estaban activas en Brasil en ese período”. En 2023, el programa del Supremo Tribunal se transforma en una estancia del propio tribunal, con una coordinación específica. La colaboración con la red creció aún más, incorporándose otros socios que participaron activamente en cursos, elaboración de materiales, etc.

La RNCD funciona como una organización virtual y colectiva que reúne los proyectos ya existentes en una plataforma. Su principal recurso es la página web, donde, además de reunir a todos los socios, realiza verificaciones y recopila contenidos publicados por los miembros. Alberga también un repositorio donde recoge investigaciones y material académico y periodístico relacionado con las diferentes áreas que pueden ser afectadas por la desinformación. Tiene presencia activa en redes sociales como Facebook (779 seguidores), YouTube (1.49k seguidores) e Instagram (21 M). Esta última es la red donde está más activa, así como la red con mayor impacto y número de seguidores en Brasil. Además de publicar contenido propio, es un espacio para ampliar la proyección del trabajo producido por los agentes de la red.

Sobre el futuro de la RNCD, Rego (2024) revela que habrá cambios en la coordinación, que será asumida por el profesor e investigador Marcos Schneider del Instituto Brasileño de Información en Ciencia y Tecnología (IBICT).

Sobre lo que representa la desinformación para la sociedad brasileña, Rego (2024) afirma que desde 2021, los estudios, como el *Digital News Report* de la Universidad de Oxford y el Instituto Reuters, ya señalaban que el 82% de los brasileños desconfiaban de la información recibida, lo cual refleja una sociedad civil más crítica y consciente del fenómeno. Asimismo, constata que el actual contexto permite una manipulación masiva de imágenes a través de la inteligencia artificial de bajo coste y fácil acceso. Este panorama plantea retos significativos para quienes trabajan en el combate a la desinformación.

3.2. Estudio de caso de las iniciativas locales de verificación: COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS y Agência Tatu

3.2.1. Origen de las propuestas

El Colectivo Bereia surge en 2019 a raíz de una investigación científica de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ), del Instituto Núcleo de Estudios en Tecnología y Salud (Nutes), en conjunto con la empresa META, sobre la desinformación en el área de la salud. De acuerdo con la investigadora y periodista Magali Cunha (2024), esta cuestión es preocupante de forma particular en grupos religiosos, por los contenidos relacionados con supuestas curas milagrosas, o la negación a someterse a tratamientos farmacológicos convencionales. En este sentido, la investigación reveló que el nivel de desinformación era alarmante. Como re-

sultado, surge una iniciativa de verificación de información en entornos digitales enfocada especialmente en grupos vinculados a comunidades religiosas. Esto se debe a que, en la política brasileña, han ganado fuerza los grupos parlamentarios con posturas conservadoras, respaldados en principios de la religión evangélica, lo que ha generado una fuerte influencia en temas de interés público.

El trabajo es voluntario y se complementa con las donaciones de personas físicas y el apoyo de organizaciones como la Agencia Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (ALC). Los apoyos financieros también han llegado a través de la participación de proyectos que permitieron afianzar su página web, establecer una gestión de medios digitales y unirse al International Fact-Checking Network (IFCN). Desde 2023 se empezó a pagar a los voluntarios a través de contratos de trabajo como *freelancers*, de acuerdo con precios establecidos por el sindicato de periodistas de Río de Janeiro. El equipo está formado por: el consejo editorial, la editora general, el editor ejecutivo, la asesoría de comunicación, el coordinador de medios sociales y ocho verificadores. Según la fundadora, el principal desafío que enfrentan es económico para poder crear un cargo remunerado que se dedique a la difusión de contenidos verificados en las redes sociales.

Por su parte, COAR Noticias surge durante la pandemia del COVID-19 en respuesta al aumento de la desinformación. Su fundadora, la periodista Marta Alencar (2024) afirma que la iniciativa nace de la necesidad de centrarse en los “desiertos” y “casi desiertos” informativos del Nordeste brasileño. Según el Atlas de la Noticia (2023), el 56,74% de los municipios del Nordeste son áreas donde el periodismo profesional es inexistente o prácticamente inexistente.

La base era el trabajo voluntario que llegaba a realizar hasta 50 verificaciones semanales. Actualmente, cuenta con un equipo de siete personas que reciben algún tipo de financiación que proviene principalmente de la obtención de recursos mediante convocatorias y proyectos de entidades privadas. Este modelo es una práctica común entre iniciativas independientes en Brasil, afirma Alencar (2024), que destaca la relevancia del apoyo de organizaciones como Google for Startups. “Plataformas tecnológicas, como Google y Meta, han sido fundamentales para la financiación de nuestras iniciativas. En 2020, Meta otorgó una aportación de 2.500 dólares al proyecto”. Para Alencar (2024), una de las mayores dificultades para el crecimiento del proyecto es la falta de estabilidad económica para poder mantener un equipo con dedicación exclusiva al proyecto.

La tercera iniciativa analizada, la Agência Tatu, surge en 2020 ante la necesidad de una producción periodística local basada en datos y evidencias. En el contexto de la pandemia de la COVID-19, inició sus actividades de verificación en colaboración con el gobierno de Alagoas, centrándose en la desinformación en torno al coronavirus. En 2022, lanzó el proyecto “Nordeste sem Fake”, dirigido a los nueve estados del Nordeste brasileño con el foco puesto en la verificación de contenidos locales durante el proceso electoral. El proyecto incorporó el uso de la inteligencia artificial mediante el *bot* Dandara para facilitar la recolección automatizada de información.

Por su parte, Verifica RS surgió en mayo de 2024, durante las inundaciones que afectaron a Porto Alegre y su área metropolitana. La iniciativa fue propuesta por la periodista Luiza Fritzen, ante la proliferación de desinformación en grupos de WhatsApp utilizados por vecinos, refugios y equipos de rescate para coordinar la ayuda, lo que obstaculizaba las acciones de socorro. El proyecto se constituyó como una red voluntaria, inicialmente en WhatsApp, con el objetivo de difundir información verificada por agencias especializadas. Posteriormente, se creó una cuenta en Instagram como repositorio de contenidos, utilizando un lenguaje visual

accesible para facilitar su circulación. Según la periodista Taís Seibt (2025), se establecieron alianzas con universidades, organizaciones sociales y creadores de contenido locales, lo que amplió la visibilidad de Verifica RS en la comunidad.

3.2.2. Métodos de verificación

En Bereia el trabajo se desarrolla de manera colaborativa, con periodistas organizados por pares para verificar hechos publicados diariamente en medios religiosos y en fuentes relacionadas con contenidos sobre religiones y sus líderes, tanto en Brasil como en el extranjero. Solo se verifica material informativo, como noticias, excluyendo opiniones y análisis. La asignación de pares tiene lugar de lunes a miércoles, días en los que, según Cunha (2024), se concentra un mayor volumen de contenido desinformativo. El equipo monitorea sitios y portales de noticias evangélicas, así como declaraciones y pronunciamientos de políticos y autoridades religiosas de relevancia nacional, como líderes de la Bancada Religiosa y ministros de Estado. El proceso de verificación se desarrolla en seis pasos:

1. **Identificación:** selección de noticias, declaraciones o pronunciamientos que, por las características de sus títulos y encabezados (afirmaciones absolutas, exaltaciones, casos inusuales), requieren verificación debido a su relevancia pública y visibilidad en los medios.
2. **Investigación de la fuente original:** localización y análisis de la fuente primaria de la información, si está disponible.
3. **Revisión del contexto previo:** búsqueda de publicaciones existentes relacionadas con el tema en cuestión.
4. **Confirmación de datos:** verificación a través de fuentes oficiales y alternativas, incluyendo personas, grupos e instituciones mencionadas, para confirmar, identificar lagunas o distorsiones, o refutar el contenido.
5. **Contextualización:** análisis de la información verificada, con apoyo de referencias bibliográficas y consulta a especialistas, cuando sea necesario.
6. **Clasificación:** evaluación y catalogación del contenido: verdadero, impreciso, engañoso, inconcluso o falso.

La editora explica que prevalece una metodología más cualitativa en profundidad, partiendo de la observación. Como herramientas, Magali (2024) destaca el uso de *Google Analytics* y de la herramienta *Lupa Scan*, cedida por la Agencia Lupa, para verificar y monitorear redes sociales. Las principales herramientas de divulgación son su página web y sus perfiles en redes sociales. Además de un gran alcance de Instagram, Cunha (2024) destaca el resultado positivo del trabajo realizado en TikTok con resúmenes de las noticias para contrarrestar la desinformación, así como el uso educativo de estos contenidos con estudiantes de educación secundaria.

Otro elemento en el que ponen atención es el contenido viralizado. Cunha (2024) explica que se evalúa la viralización de los contenidos en la ronda semanal para no centrarse en trabajar con contenido que no tiene visibilidad y terminar dándole visibilidad de forma contraproducente.

En el caso de COAR Noticias, se combina el trabajo de verificación con un enfoque más amplio en la alfabetización mediática, utilizando una metodología adaptada a las realidades y lenguajes regionales. Se prioriza así la adaptación lingüística y cultural y se busca promover la equidad en el acceso a recursos educativos. En este sentido, destaca como la primera iniciativa en Brasil en promover la alfabetización mediática utilizando un enfoque con lenguaje regional. Esta perspectiva se consolidó tras la presenta-

ción del manual *Arriegua: Olha as Fake News*, con un lenguaje adaptado a las especificidades culturales del nordeste brasileño. El proyecto tuvo un impacto muy positivo y fue ampliado a otras regiones del país, siendo distribuido en escuelas y universidades.

Alencar (2024) sostiene que la alfabetización mediática de los ciudadanos es clave en el combate a la desinformación. Enfatiza en la necesidad de la transparencia en el proceso de verificación para fortalecer la confianza ciudadana en la actividad periodística. Añade que explicar claramente los métodos y las herramientas utilizados en el proceso de verificación permite que los usuarios puedan replicarlos por sí mismos, lo que también empodera a la ciudadanía, otorgándole las habilidades necesarias para corroborar la información de manera autónoma.

El proceso de verificación incluye la identificación de las áreas consideradas “desiertos de noticias”. En estas áreas, las redes sociales tienen aún más relevancia como medio de información: 1. Se inicia una búsqueda con herramientas como *Google Trends* que permite determinar por localización e identificar palabras clave y tendencias de búsqueda en tiempo real; 2. El monitoreo de *hashtags* en redes sociales y el análisis de vídeos que están viralizándose en plataformas como Kwai; 3. Herramientas como *Google Imágenes* y *Google Maps*, que permiten realizar análisis visuales y geográficos para corroborar la autenticidad del contenido; 4. Como fuentes se accede a portales de transparencia del gobierno y, por la cercanía que permite el contexto local, toma relevancia el manejo de fuentes personales.

Desde la perspectiva de COAR, priorizar la agilidad en la verificación y publicación de la información comprobada es más eficaz que intentar convencer a quien difunde desinformación.

La viralidad de un contenido es un criterio esencial al decidir qué información verificar. No se trata únicamente de la relevancia del tema en sí, sino de su alcance y capacidad de propagación. Si un contenido no ha alcanzado una difusión significativa, verificarlo podría tener un efecto contrario: amplificar la desinformación, haciendo que esta circule más que la corrección misma (Alencar, 2024).

Un paso importante en el proceso de trabajo de COAR incluye establecer contacto con radios locales y utilizar canales accesibles, como el envío de audios por WhatsApp, para difundir verificaciones de información que se presentan en audios de hasta tres minutos; están diseñadas para ser claras, concisas y fácilmente comprensibles.

Asimismo, la institución cuenta con un sitio web, desarrollado con el patrocinio de Google, donde reúne las verificaciones más recientes. Sin embargo, su fundadora considera que es el canal de Instagram (2707 seguidores), donde el alcance y la interacción con la audiencia son más dinámicos, además de redirigir su tráfico al sitio web.

Seibt aclara que Verifica RS no constituye una iniciativa permanente de *fact-checking*, ni produce contenidos propios de verificación, dado que ello resultaría inviable sin una estructura formal y contando únicamente con voluntariado. Durante el periodo más crítico de la inundación, el grupo se dedicó a difundir contenidos verificados por profesionales, siempre con sus datos de autoría correspondientes. En el ámbito del monitoreo, se contó con el apoyo de la agencia Aletheia.Fact para el desarrollo de un *bot* en Instagram, diseñado para recibir sugerencias de contenidos sospechosos. Esta herramienta permanece activa y se prevé su mejora en el marco del programa “Verifica Pra Mim”. La creación de este canal respondió también a una demanda orgánica, ya que, conforme la iniciativa fue ganando visibilidad, comenzaron a recibirse solicitudes a través de mensajes directos, incluso después de la emergencia.

La Agência Tatu desarrolló en 2022 una herramienta propia, el *bot* Dandara, que extraía contenido sospechoso publicado en las redes sociales. Sin embargo, França asevera que las restricciones impuestas por las grandes plataformas tecnológicas dificultaron la sostenibilidad del rastreo. Actualmente, se emplea un sistema de monitoreo que permite identificar la difusión de desinformación en redes sociales. Este sistema es fruto del Proyecto Comprova, una iniciativa sin ánimo de lucro promovida por la Asociación Brasileña de Periodistas, que reúne a periodistas de 42 medios de comunicación. Al final de cada verificación se asigna un sello que identifica el nivel de fiabilidad de la información:

1. **Es verdad:** cuando todas las fuentes confirman la veracidad de lo difundido, es decir, el contenido es verdadero.
2. **No es exactamente así:** cuando la información es imprecisa y está fuera de contexto.
3. **Esto es un meme:** cuando el contenido ha sido creado con el objetivo de servir como sátira, parodia, broma u otro recurso humorístico.
4. **Oxe, é fake:** cuando lo que se ha difundido es falso.

Asimismo, se utilizan recursos tecnológicos para rastrear el origen de imágenes y vídeos, detectar posibles *deepfakes* y transcribir o traducir contenidos audiovisuales. No obstante, la periodista reconoce que estas herramientas no garantizan por sí solas la veracidad. El análisis crítico y contextual por parte del profesional sigue siendo fundamental para la verificación.

3.2.3. Cambios en los patrones de la desinformación

Para Cunha (2024), en el área de la desinformación religiosa persiste un patrón temático en el que se destacan temas como “ideología de género”, la “cristofobia” o la supuesta o falsa persecución religiosa, o temáticas en torno a la salud que han llevado al colectivo a desarrollar materiales educativos sobre estas cuestiones. En total, se han producido cinco recursos educativos que abordan estos temas, incluyendo tarjetas informativas y vídeos, los cuales están disponibles en la sección “Bereia na Educação-Materiais”.

Por otro lado, Alencar (2024) destaca la preocupación con la creciente utilización de la IA y su capacidad de crear contenidos que desafían la capacidad de los periodistas, especialmente en contextos locales, donde en su mayoría los comunicadores son blogueros e *influencers* en áreas remotas que no tienen acceso a herramientas o conocimiento técnico para identificar procesos avanzados de manipulación. La IA crea una ilusión de credibilidad que dificulta la verificación.

Seibt (2025) afirma que en el caso de Verifica RS puede observarse que la desinformación se presenta en oleadas, según avanza el acontecimiento. En una fase inicial, circula información engañosa sobre zonas inundadas, falsos refugios o estafas; posteriormente, aparecen contenidos falsos sobre desvío de donaciones, instrumentalización política de acciones sociales o supuesta inacción del poder público en las tareas de socorro; y en una etapa posterior, proliferan confusiones en torno al acceso a ayudas públicas, riesgos de contaminación, entre otros.

A su vez, França (2025) sostiene que a principios de 2020 la desinformación se centraba en temas de salud y circulaba sobre todo a través de aplicaciones de mensajería. Con el fin del periodo más crítico de la pandemia, comenzó a abarcar una gama más amplia de temas –como política, seguridad pública y educación–, y a difundirse por distintas redes sociales, como Instagram, TikTok y Kwai. Además, la inteligencia artificial empezó a utilizarse para hacer el proceso más sofisticado y verosímil.

3.2.4. Aspectos diferenciales de las iniciativas de verificación locales

Según la fundadora de COAR Noticias, lo que marca la diferencia con las agencias nacionales como Lupa y Aos Fatos no es la calidad del trabajo y tampoco el impacto alcanzado. Alencar (2024) destaca que durante la participación en programas como *GNI Audience*, se constató que los datos manejados por COAR presentaban un nivel de rigor y calidad similar al de estas iniciativas principales. Asimismo, han demostrado tener una interacción significativa con su audiencia.

La principal diferencia estriba en el ámbito de la financiación. Mientras estas organizaciones consolidadas tienen acceso a recursos provenientes de grandes financiadores, socios corporativos, etc., COAR Noticias opera con donaciones, convocatorias puntuales o participación en programas de las *big techs*. Este aspecto es considerado por la periodista como una relación compleja y llena de controversias:

Por un lado, ellas desarrollan un papel importante en apoyo a la formación y la capacitación de periodistas y también un apoyo financiero como convocatorias de *Google News Initiative* (GNI). Sin embargo, es innegable la transformación del mercado de la comunicación, con la centralización del tráfico de información y la producción de contenidos pseudo periodísticos. En el contexto local y regional, la pérdida de suscriptores y publicidad fue crucial para el cierre de muchos medios (Alencar, 2024).

Por su parte, Cunha (2024) se centra en la especificidad del contenido, ya que Bereia es el único que se especializa temáticamente en los entornos digitales religiosos. Destaca también la necesidad de verificar la cobertura de los grandes medios sobre este tema. Debido a la producción significativa de desinformación por parte de estos –ya sea por afinidades ideológicas con ciertas figuras religiosas que son promovidas y amplificadas por los medios tradicionales, o bien por desconocimiento de los periodistas no especializados en religión–, afloran una serie de errores recurrentes en la cobertura de este ámbito informativo.

Las responsables de Verifica RS y Agência Tatu coinciden en que la relación con la comunidad local constituye un factor diferencial: “comprender el contexto local es fundamental para combatir eficazmente la desinformación y establecer un diálogo directo con las poblaciones afectadas” (França, 2025).

3.2.5. El papel de la RNCD en el trabajo de las verificadoras

Cunha (2024) reconoce el papel fundamental de esta articulación entre proyectos dedicados a la verificación de hechos y la lucha contra la desinformación, especialmente en el ámbito educativo. Los contactos y colaboraciones facilitados por la RNCD han permitido el desarrollo de actividades y materiales centrados en la educación mediática y en la formación para combatir la desinformación. Permite que las iniciativas compartidas sirvan como base y referencia para el desarrollo de estrategias más efectivas en este campo.

Para Alencar (2024), la RNCD desempeña un papel crucial en la promoción de tres pilares: la educación, la lucha contra la desinformación y la defensa de los derechos democráticos. Uno de los mayores méritos de la red es que fomenta la cooperación entre los participantes, reforzando el impacto colectivo. Estos intercambios entre colegas y socios son fundamentales para llevar iniciativas a lugares donde antes habría sido inimaginable operar, como las zonas más remotas del norte y nordeste de Brasil. “La red no sólo conecta a personas y proyectos, sino que también amplía el alcance de las acciones, llegando a comunidades vulnerables que a menudo son desatendidas”.

Sobre el papel de la RNCD, França (2025) afirma que todas las iniciativas que busquen realizar *fact check* con metodologías claras y profesionales son muy necesarias. Para Seibt (2025) la red permite fortalecer alianzas y compartir buenas prácticas. El *bot* desarrollado en colaboración con Aletheia.Fact, por ejemplo, opera a través de la RNCD. Se trata pues de un espacio clave de articulación entre las diversas iniciativas distribuidas por todo el país.

4. Discusión y conclusiones

La Red Nacional de Combate a la Desinformación (RNCD Brasil) es, como ha podido constatarse, una organización autónoma que agrupa a seis servicios de verificación de carácter regional y local en el contexto brasileño. El análisis de su composición y sus métodos de trabajo ha permitido conocer el verdadero alcance del proyecto, así como desentrañar las motivaciones para su constitución, lo cual ha posibilitado dar respuesta a la PI1. Además de las razones argüidas a lo largo de esta investigación por su fundadora, Brasil es un país que precisa de medidas urgentes contra la desinformación. Prueba de ello es la normalización de la desinformación como herramienta política denunciada por el Presidente del Tribunal Superior Electoral brasileño: “en las elecciones de 2022, el volumen de denuncias de desinformación enviadas a las plataformas digitales ha aumentado un 1.671% en comparación con las Elecciones de 2020” (TSE, 2022). No obstante, pese a la necesidad acuciante de medidas contra la desinformación, la mayoría de las entidades que componen la RNCD poseen un carácter puntual y han sido creadas para la verificación en procesos informativos concretos de auge de *fake news*, tales como períodos electorales, catástrofes naturales o crisis sanitarias. La mayoría de ellas no posee, por tanto, continuidad, a excepción de las iniciativas analizadas: COAR Noticias, Colectivo Bereia, Verifica RS y Agência Tatu.

En cuanto a la PI2, en el enfoque y la finalidad de la iniciativa a la hora de llevar a cabo los procesos de verificación predomina un planteamiento profesionalizante de la labor de *fact-checking*, pese a tener que combinar esta premisa con la precariedad que otorga no poder dotarse de una infraestructura económica que sostenga de manera permanente las organizaciones. En este sentido, las entidades se sustentan a través de donaciones, convocatorias puntuales privadas o participación en programas de las *big techs*. Con respecto a la finalidad concreta de las iniciativas analizadas, estas se sustentan de forma central en tres propósitos: el desmentido de información falsa difundida en relación a temáticas sensibles y de especial impacto en las comunidades brasileñas (especialmente lo relacionado con falsos rituales de curación milagrosa y discursos opuestos al conocimiento científico); la cobertura periodística veraz y rigurosa de “zonas en sombra”, como las zonas más remotas del norte y nordeste de Brasil; el ejercicio de transferencia a la comunidad a través de campañas y materiales para la alfabetización mediática contra la desinformación.

Una de las principales aportaciones novedosas de esta investigación es el acercamiento a las especificidades y finalidades que tienen las iniciativas de verificación respecto al contexto local, lo cual constituye el contenido de la PI3. En este sentido, se ha podido constatar cómo el contexto condiciona de forma extraordinaria el trabajo desempeñado, lo cual hace que estas iniciativas locales –dado que su área de actuación es local, pero enfrentan un problema global– adquieran aún más pertinencia. Entre las principales especificidades aportadas por el contexto local a las estrategias de verificación de estos organismos, podemos destacar las siguientes: la hiperespecialización temática es una característica notable, dado que, por ejemplo, en el caso de Colectivo Bereia, el trabajo periodístico consiste en la verificación de noticias falsas publicados en medios religiosos y en fuentes relacionadas con contenidos sobre religiones y sus líderes. Este es un aspecto de especial atención en las comunidades brasileñas, pues, en el período legislativo

2018-2022, “más del 15% de los políticos elegidos participaban en expresiones religiosas evangélicas consideradas muy conservadoras. Si añadimos a este grupo los políticos católicos conservadores-carismáticos, aproximadamente 10 diputados, tenemos que más del 20% del Congreso es cristiano-conservador-reaccionario” (Sena da Silveira, 2022, p. 64). De ahí que su influencia tanto política como sociocultural resulte palpable, circunstancia que se acentúa además en comunidades locales, con una estrecha vinculación con sus representantes religiosos más próximos. Otra de las especificidades estriba en las rutinas de producción; por ejemplo, la asignación de contenidos para su verificación tiene lugar de lunes a miércoles, dado el mayor volumen de contenido desinformativo que se produce en esa franja en su contexto particular. Resulta destacable asimismo cómo el contexto impone la estrategia de verificación y creación de contenidos. Esto es notable en el caso del norte y nordeste brasileño, caracterizado por una ausencia total o parcial de trabajo periodístico profesional.

Otras características específicas de estas iniciativas de verificación relacionadas con el contexto local están vinculadas a: la utilización de un lenguaje regional adaptado a las especificidades culturales del nordeste brasileño, una adaptación lingüística y cultural que persigue suscitar un empoderamiento e-ciudadano en equidad a través de la promoción de la alfabetización mediática; el manejo de fuentes personales para el contraste de información, lo cual resulta factible en contextos informativos locales, pero no así en grandes territorios; la creación de comunidades *online* mediante canales de comunicación personal como Whatsapp; o el contacto directo con comunicadores locales (blogueros e *influencers*) que puedan aumentar la proyección de las verificaciones realizadas.

En cuanto a la PI4, las diferencias que pueden encontrarse entre las iniciativas analizadas radica fundamentalmente en las áreas temáticas que son objeto de atención y cobertura, así como en la función específica de la plataforma, orientada más bien al trabajo periodístico y la verificación informativa de un ámbito en particular, o bien a la creación de materiales que puedan servir de fomento y ejercicio práctico de alfabetización mediática. En este sentido, resulta esencial la colaboración con centros educativos, asociaciones y centros cívicos locales para posibilitar que el usuario se convierta en un verificador potencial. Otra de las diferencias entre las iniciativas radica en la estabilidad y en la dimensión del proyecto en sí, pues en el caso de alguna de ellas su ámbito de actuación es más ocasional y está integrada únicamente por personal voluntario.

En vista del análisis realizado, la PI5, relativa al panorama planteado para el futuro de estas plataformas de verificación, uno de los principales retos que se presentan está relacionado con la inestabilidad del sistema de financiación, el cual pone en riesgo la continuidad de las iniciativas. Con frecuencia, proyectos como estos se sostienen a través de convocatorias financiadas para la realización de reportajes sobre temas específicos, lo cual proporciona un sustento puntual que no permite la creación de plantillas estables ni de infraestructuras sostenibles. Asimismo, asistimos a la paradoja de que compañías como Google o Meta han sido financiadoras de este tipo de iniciativas contra la desinformación, al tiempo que la empresa matriz de Facebook, Instagram y WhatsApp ha decidido suprimir en enero de 2025 los programas de verificación que venía manteniendo en sus redes sociales desde 2016.

Esta investigación se ha centrado en aquellas iniciativas que, dentro de la RNCD, se han mantenido activas más allá de proyectos concretos y cobertura de casos puntuales, aunque la experiencia de Verifica RS es más reciente. Esto nos permite aportar, como principal conclusión, la estrategia de verificación seguida en el proceso de trabajo de estas iniciativas de carácter local, la cual consiste en los siguientes pasos: identificación de los contenidos que requieren de verificación por su proyección y relevancia

pública; localización y análisis de la fuente primaria de la información; análisis del contexto previo; confirmación de datos, contraste de fuentes documentales, personales y oficiales reputadas; contextualización de la información verificada; evaluación y clasificación del contenido verificado a través de una etiqueta específica que aclara el grado de manipulación o desinformación presente en la información original.

A lo largo de la presente investigación se ha constatado que, para las responsables entrevistadas, priorizar la agilidad en la verificación y publicación de la información comprobada resulta más eficaz que intentar convencer a quien difunde desinformación, de ahí que centren sus esfuerzos y recursos en tratar de reducir los tiempos del proceso de verificación, así como en acudir a canales interpersonales (como WhatsApp) para crear comunidades *online* que hagan más eficaz y directo el proceso comunicativo. Asimismo, el contacto con emisoras de radio y comunicadores e *influencers* locales resulta esencial para facilitar la difusión de los contenidos verificados.

De igual modo, la experimentación con formatos accesibles y ágiles resulta esencial para la efectividad del proceso de transmisión a la ciudadanía. En el caso de estas iniciativas, se ha puesto en marcha la difusión de audios de WhatsApp de hasta tres minutos con contenido de verificación, que son diseñados para ser claros, concisos, fáciles de comprender y de compartir. También se realiza un especial esfuerzo en la creación de contenidos para Instagram, red social de mayor impacto en Brasil. Esto condiciona el tipo de lenguaje, la visualidad y la dimensión estética que también deben tener los contenidos pensados para una plataforma donde prima la imagen.

Dado que dentro de la RNCD estas cuatro son las iniciativas de mayor actividad y continuidad, la investigación se ha centrado en ellas para poder realizar una aproximación más exhaustiva, primando el análisis de la estrategia metodológica de verificación, así como de las particularidades que les impone el contexto local de actuación y cobertura informativa. No obstante, esta investigación puede constituir la apertura de un área de investigación aún poco trabajada y podría ser continuada ampliando la muestra de entidades, así como evaluando procesos concretos de verificación en períodos informativos convulsos.

5. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Eva Bunbury, a quien agradecemos su trabajo.

Este artículo ha sido realizado por el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, reconocido como grupo de referencia, por el Gobierno de Aragón con el código S29_23R (Núm. 62 del Boletín Oficial de Aragón, de fecha 28/04/2023), dentro del área de Ciencias Sociales y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional, FEDER “Construyendo Europa desde Aragón”.

6. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Julieti Sussi de Oliveira y Antonia Isabel Nogales-Bocio
Metodología	Carmen Marta-Lazo y Julieti Sussi de Oliveira
Recogida y análisis de datos	Julieti Sussi de Oliveira
Discusión y conclusiones	Antonia Isabel Nogales-Bocio y Carmen Marta-Lazo
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Antonia Isabel Nogales-Bocio

7. Conflicto de intereses

Las autoras declaran no tener ningún conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

- Abraji. (2023). *Informe sobre concentración mediática en Brasil*. Asociación Brasileña de Periodismo de Investigación.
- Abuín-Penas, J., Corbacho-Valencia, J. M., & Pérez-Seoane, J. (2023). Análisis de los Abuín-Penas, J., Corbacho-Valencia, J.-M., & Pérez-Seoane, J. (2023). Análisis de los contenidos verificados por los fact-checkers españoles en Instagram. *Revista De Comunicación*, 22(1), 17-34. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3089>
- Baptista, J. P., Gradim, A., Loureiro, M., & Ribeiro, F. (2023). *Fact-checking: ¿Una práctica reciente en Portugal? Análisis de percepción de la audiencia*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 16(1), 1-28. <https://doi.org/10.12804/revistas.uorosario.edu.co/disertaciones/a.12426>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bernal-Triviño, A., & Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de *fake news*. El caso de Maldita.es. *Profesional De La Información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Bryman, (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Cano, L., Capelli, C., & Lalli, P. (2023). How Fact-Checkers Define and Apply "Objective Journalism". Cases of Study of Italy and Spain. *Trípodos*, 54. <https://bit.ly/3HoeY19>
- Cantón-Correa, J., Montoro-Montarroso, A., Gómez-Romero, J., & Molina-Solana, M. (2025). Perfiles y necesidades formativas de los fact-checkers de la Península Ibérica: impacto de la IA. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 40, 465-491. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2725>

- Castro Rocha, J. C. (2024). *Bolsonarismo: Da guerra cultural ao terrorismo doméstico. Retórica do ódio e dissonância cognitiva coletiva*. Autêntica.
- Cebrián Robles, D. (2019). Identificación de noticias falsas sobre ciencia y tecnología por estudiantes del grado de Primaria. *Pixel-Bit. Revista De Medios Y Educación*, (55), 23-36. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i55.02>
- Cifuentes Arias, C., & Sixto-García, J. (2022). Competencias y perfil profesional de los gestores de medios sociales en los medios de comunicación: apuesta por la automatización robótica de procesos (RPA). *Revista Latina De Comunicación Social*, (80), 1-23. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1544>
- Cuartielles, R., & Carral, U. (2024). Funcionamiento y viabilidad de las alianzas de *fact-checking* en España: El caso de Comprobado. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(4), 817-828. <https://doi.org/10.5209/emp.96756>
- Cuartielles, R., Mauri-Ríos, M., & Rodríguez Martínez, R. (2024). Transparencia en el uso de la IA en las plataformas de fact-checking en España y sus desafíos éticos. *Communication & Society*, 37(4), 257-271. <https://doi.org/10.15581/003.37.4.257-271>
- Ecuador Chequea (s.f.). *Historia* <https://ecuadorchequea.com/historia/>
- 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(3), 38. <https://doi.org/10.3390/publications9030038>
- Fritz, B., Keefer, B., & Nyhan, B. (2004). *All the president's spin: George W. Bush, the media, and the truth*. Simon and Schuster, Inc.
- García-Marín, D., Rubio-Jordán, A. V., & Salvat-Martinrey, G. (2023). Chequeando al fact-checker. Prácticas de verificación política y sesgos partidistas en Newtral (España). *Revista de Comunicación*, 22(2), 207-223. <https://doi.org/10.26441/rc22.2-2023-3184>
- Gilbert, A. (2018, octubre 20). El Tribunal Electoral investiga la campaña de Bolsonaro. *El Periódico*. <https://tinyurl.com/ycxnddkn>
- Graves, L. (2018). Boundaries Not Drawn. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1196602>
- Graves, L., & Konieczna, M. (2015). Sharing the news: Journalistic collaboration as field repair. *International Journal of Communication*, 9(19), 1966-1984. <https://bit.ly/43AKou5>
- Guo, Z., Schlichtkrull, M., & Vlachos, A. (2022). A survey on automated fact-checking. *Transactions of the association for computational linguistics*, 10, 178-206. https://doi.org/10.1162/tacl_a_00454
- Herrero, E., & Herrera-Damas, S. (2021). El *fact-checking* hispanohablante: Competencias, dificultades y propuestas de mejora desde la perspectiva de sus profesionales. *Profesional de la Información*, 30(6), e300612. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.12>
- IFCN (2024). *State of the Fact-Checkers Report 2023*. <https://bit.ly/4mHIVdS>
- IFJ (2018). ¿Qué son las Fake News?: Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad. International Federation of Journalists. <https://bit.ly/4mOncju>
- Jerónimo, P. (2024). *Local journalism, global challenges: news deserts, infodemic and the vastness in between*. LabCom Books. <https://doi.org/10.25768/654-970-1>
- Klein, S. (2017). Electionland: The inside story. *Pro Publica*, 4 de mayo de 2017. <https://bit.ly/4dKzxkA>

- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- López Pan F y Rodríguez Rodríguez J. M. (2020). El Fact Checking en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(3), 1045-1065. <https://doi.org/10.5209/esmp.65246>
- Marta-Lazo, C. (2023). La alfabetización mediática, vacuna ante la desinformación en la era de las TRIC. *Anuario ThinkEPI*, 17. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a47>
- Marta-Lazo, C. (2024). La desinformación, enfermedad de la sociedad posdigital: amenazas y desafíos. *Panorama social*, 39, 105-116. <https://acortar.link/5BQ85S>
- Martínez-Costa, M. P., López-Pan, F., Buslón, N., & Salaverría, R. (2023). Nobody-fools-me perception: Influence of Age and Education on Overconfidence About Spotting Disinformation. *Journalism Practice*, 17(10), 2084-2102. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2135128>
- Morais, R., & Grafolin, T. (2023). Publicar primeiro, verificar depois: Uma reflexão sobre a credibilidade do jornalismo e o papel das organizações de verificação de fatos. *Revista Eco-Pós*, 26(3), 223-248. <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i3.28000>
- Nogales-Bocio, A. I. (2023). Alfabetización mediática crítica desde la metodología empírico-filosófico-periodística: el enfoque estructural para la educomunicación. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 14(2), 227-242. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24140>
- Palau, M. (2022, marzo 2). Detrás de la peligrosa batalla brasileña sobre las noticias falsas. *Americas Quarterly*. <https://acortar.link/MBvinW>
- Palau-Sampio, D. (2024). Fact-checking colaborativo: análisis de seis iniciativas contra la desinformación en campaña electoral en Europa y América Latina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(4), 829-842. <https://doi.org/10.5209/emp.97376>
- Palomo, B., & Sedano Amundarain, J. A. (2018). WhatsApp como herramienta de verificación de *fake news*: El caso de B de Buló. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1384-1397. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1312>
- Parisi, L., & Rega, R. (2011). Disintermediation in political communication: Chance or missed opportunity? In S. Hibberd & D. De-Blasio (Eds.), *Leadership and new trends in political communication* (pp. 157-190). CMCS Center for Media and Communication Studies.
- Renedo-Farpón, C., Alonso-del-Barrio, E., & Díez-Garrido, M. (2024). Análisis de la desinformación sobre personas migrantes y refugiadas en el contexto español y su contribución al discurso del odio: estudio de los desmentidos por Newtral, Maldita y Verificat. *Palabra Clave*, 27(4), 27-48. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.4.8>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). *Digital News Report 2024*. Universidad de Oxford. <https://acortar.link/ua3cu6>
- Robertson, C., & Mourao, R. (2020). Faking Alternative Journalism? An Analysis of Self-Presentations of ‘Fake News’ Sites. *Digital Journalism*, 8(8), 1011-1029. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1743193>

- Rúas-Araújo, J., & Paniagua-Rojano, F. J. (2023). Aproximación al mapa sobre la investigación en desinformación y verificación en España: estado de la cuestión. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías Emergentes*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1987>
- Sádaba, C., Salaverría, R., & Bringué-Sala, X. (2023). How to teach the elderly to detect disinformation: a training experiment with WhatsApp. *El Profesional de la Información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.04>
- Sánchez del Vas, R., Ruiz Incertis, R., García Acosta, D., & Magallón Rosa, R. (2025). Análisis de la campaña de desinformación en las Elecciones Brasileñas de 2022. *Doxa Comunicación*, 41. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2320>
- Schudson, M. (2008). *Why democracies need an unlovable press*. Polity Press.
- Seibt, T. (2019). *Jornalismo de verificação como tipo ideal: A prática de fact-checking no Brasil* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório Institucional UFRGS. <https://goo.su/JfOUB>
- Sena da Silveira, E. J. (2022). Cuestión religiosa y política en Brasil: Pluralidad, biopolítica y conservadurismo. *Revista Rupturas*, 12(1), 136-170. <https://dx.doi.org/10.22458/rr.v12i1.3998>
- Singer, J. (2021). Border Patrol: The Rise and Role of Fact-Checkers and Their Challenge to Journalists' Normative Boundaries. *Journalism*, 22(8), 1929-1946. <https://doi.org/10.1177/1464884920933137>
- Siwakoti, S., Yadav, K., Bariletto, N., Zanotti, L., Erdogdu, U. & Shapiro, J. N. (2021). How COVID drove the evolution of fact-checking. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2(3), 1-23. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-69>
- Steensen, S., Kalsnes, B., & Westlund, O. (2023). The limits of live fact-checking: Epistemological consequences of introducing a breaking news logic to political fact-checking. *New media & Society* (online), 1, 1-19. <https://doi.org/10.1177/14614448231151436>
- Stencel, M., Ryan, E. & Luther, J. (2023). Misinformation spreads, but fact-checking has leveled off. <https://goo.su/KIJvAoJ>
- Tribunal Superior Electoral - TSE (2022). Informe de observación electoral sobre la respuesta a la desinformación en el proceso electoral brasileño. <https://goo.su/AdUXfV>
- Tribunal Superior Electoral- TSE (2024). *10 iniciativas innovadoras*. TSE. <https://goo.su/x6a5W>
- Véllez, G., & Enríquez, P. (2024). Fact-checking: Concepto sobre verdad y las prácticas en Ecuador Chequea y Ecuador Verifica. *Hologramática*, 40(3), 3-29. <https://goo.su/n28Ruz>
- Vizoso, Á., & Vázquez-Herrero, J. (2019). Fact-checking platforms in Spanish: Features, organisation and method. *Communication & Society*, 32(1), 127-142. <https://doi.org/10.15581/003.32.37819>